

**MODAL SOSIAL DAN SALURAN PEMASARAN TEMBAKAU *Voor Oogst*
(VO) KASTURI DI DESA SUMBER JERUK KECAMATAN KALISAT
KABUPATEN JEMBER**

Oleh
NURUL WALIDAH



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**MODAL SOSIAL DAN SALURAN PEMASARAN TEMBAKAU *Voor Oogst*
(VO) KASTURI DI DESA SUMBER JERUK KECAMATAN KALISAT
KABUPATEN JEMBER**

Oleh

NURUL WALIDAH

145040101111024

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2018**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan dosen pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan dalam rujukan dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Mei 2018

Nurul Walidah



LEMBAR PERSETUJUAN

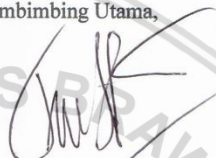
Judul Penelitian : Modal Sosial dan Saluran Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi Di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Nama : Nurul Walidah

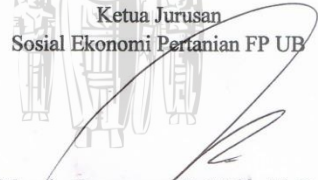
NIM : 145040101111024

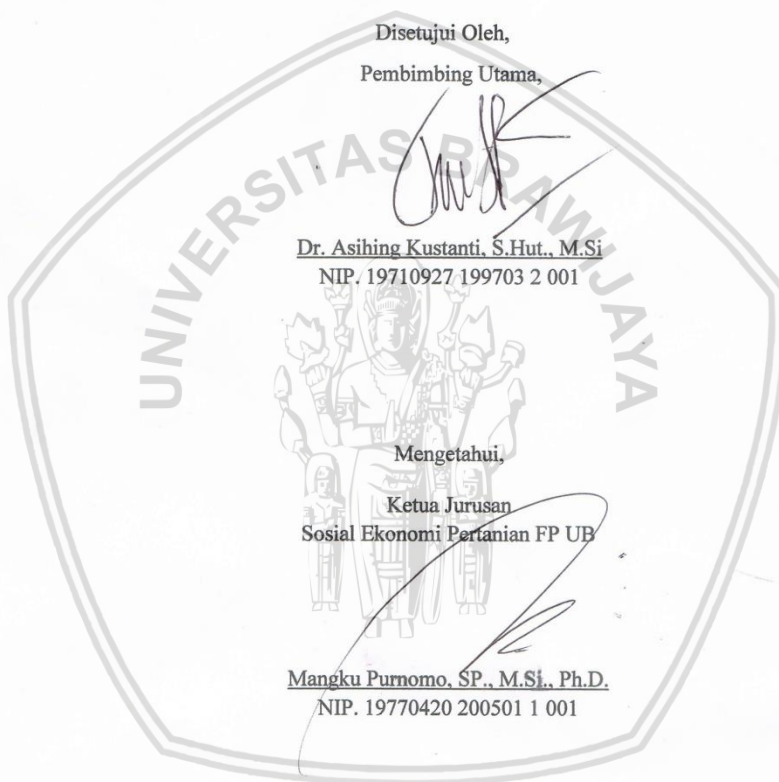
Program Studi : Agribisnis

Disetujui Oleh,
Pembimbing Utama,


Dr. Asihing Kustanti, S.Hut., M.Si
NIP. 19710927 199703 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian FP UB



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP. 19770420 200501 1 001




LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

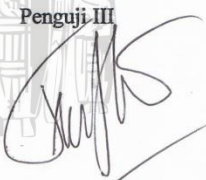
Penguji I


Ir. Heru Santoso H.S., SU.
NIP. 19540305 198103 1 005

Penguji II


Setyo Yuli Handono, SP., MP., MBA.
NIP. 19820716 200604 1 001

Penguji III


Dr. Asihing Kustanti, S. Hut., M. Si.
NIP. 19710927 199703 2 001

Tanggal Lulus:

RINGKASAN

Nurul Walidah . 145040101111024. Modal Sosial dan Saluran Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Dibimbing oleh Dr. Asihing Kustanti, S.Hut., M.Si.

Komoditas tembakau merupakan produksi unggulan perkebunan di Jember Jawa Timur. Salah satu jenis tembakau yang berpotensi di Kabupaten Jember ialah tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Setiap petani tembakau yang melakukan usahatani memerlukan modal, sedangkan sebagian besar petani berpendapat bahwa modal yang dibutuhkan selalu berupa uang. Pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember melibatkan beberapa lembaga pemasaran diantaranya adalah petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian. Lembaga pemasaran tembakau selain petani yang terdiri dari blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian juga berpendapat yang sama dengan petani mengenai modal yang dibutuhkan dalam pemasaran tembakau. Kenyataannya bahwa pengembangan usahatani tembakau tidak hanya membutuhkan modal berupa uang, namun juga modal sosial. Menurut Portes (1995), modal sosial adalah kemampuan individu-individu untuk mengatur sumber-sumber yang disebut sebagai orang-orang dalam jaringan atau struktur sosial yang lebih luas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember, selain itu juga untuk mengetahui kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

Terdapat dua saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Saluran pemasaran I terdiri dari petani – blandang kecil – pedagang pengumpul – gudang pembelian dengan nilai margin Rp 29.000/kg, saluran pemasaran II terdiri dari petani sekaligus blandang kecil – pedagang pengumpul – gudang pembelian dengan nilai margin Rp 27.000/kg. Unsur modal sosial yang paling menonjol dalam saluran pemasaran tersebut yaitu resiprositas atau kecenderungan saling tukar kebaikan antar lembaga pemasaran disepanjang saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk mulai dari petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, maupun gudang pembelian.

SUMMARY

Nurul Walidah . 145040101111024. Social Capital and Marketing Channel of Kasturi *Voor Oogst* (VO) Tobacco in Sumber Jeruk Village of Kalisat Sub-District of Jember Regency. Guided by Dr. Asihing Kustanti, S.Hut., M.Si.

Tobacco is the considered superior plantations commodity in Jember, East Java. One of the potentially tobacco types in Jember is *Voor Oogst* (VO) Kasturi tobacco. Every tobacco farmer who takes a farm requires capital, while most farmers think that the capital needed is always money. *Voor Oogst* (VO) Kasturi tobacco marketing in Sumber Jeruk Village, Kalisat Sub-district, Jember District, involves several marketing institutions such as farmers, *blandang kecil*, collecting traders, and purchasing warehouses. Tobacco marketing institutions other than farmers, they are *blandang kecil*, collecting traders, and purchasing warehouses also share the same opinion with farmers about the capital needed in tobacco marketing. The fact that the development of tobacco farming requires not only financial capital, but also social capital. According to Portes (1995), social capital is the ability of individuals to organize the sources referred to as people in the networks or wider social structures.

The purpose of this research is to know the marketing channel of *Voor Oogst tobacco* (VO) Kasturi in Sumber Jeruk Village, Kalisat Sub-district, Jember District. This research is also aimed to know the marketing margin of *Voor Oogst* (VO) Kasturi tobacco in Sumber Jeruk Village, Kalisat Subdistrict, Jember Regency, and also to know the condition of social capital in *Voor Oogst* tobacco marketing channel (VO) Kasturi in Sumber Jeruk Village, Kalisat Sub-district, Jember District.

There are two marketing channels of *Voor Oogst tobacco* (VO) Kasturi in Sumber Jeruk Village, Kalisat Sub-district, Jember District. The marketing channel I consists of farmers – *blandang kecil* - collecting traders - a purchase warehouse with a margin value is Rp 29,000 / kg, marketing channel II consists of farmers all at once *blandang kecil* - collecting traders - a purchase warehouse with a margin value is Rp 27,000 / kg. The mosts prominent element of social capital in the marketing channel is the reciprocity or the tendency of mutual exchange among marketing institutions along the *Voor Oogst* (VO) Kasturi marketing channel in Sumber Jeruk Village ranging from farmers, *blandang kecil*, collectors traders, and purchasing warehouses.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Modal Sosial dan Saluran Pemasaran Tembakau Voor Oogst (VO) Kasturi* di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember dengan tepat waktu. Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan didalam penulisan ini karena keterbatasan kemampuan penulis. Penulis meminta maaf atas kekurangan-kekurangan tersebut dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini dibantu oleh banyak pihak diantaranya adalah dosen pembimbing dan teman-teman seperjuangan di Jurusan Sosial Ekonomi Universitas Brawijaya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karuniaNya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan mampu memberikan sumbangan pemikiran untuk keperluan pendidikan serta pemerintahan.

Penulisan skripsi dan penelitian telah melibatkan berbagai pihak dan sangat membantu penulis. Penulis ucapkan terima kasih kepada Dr. Asihing Kustanti, S.Hut., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi atas kesabaran, arahan, dan bimbingannya kepada penulis. Terimakasih juga kepada seluruh dosen Fakultas Pertanian UB yang pernah mendidik penulis sehingga ilmu yang telah diberikan sangat bermanfaat untuk proses penelitian, serta karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UB atas fasilitas yang diberikan. Penghargaan yang tulus penulis berikan kepada kedua orangtua dan kakak, atas doa serta dukungan yang diberikan kepada penulis, juga teman-teman terdekat yang telah memberi dukungan serta kebersamaan selama ini.

Malang, April 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis merupakan putri dari Bapak Moh Slamet Riyadi dan Ibu Siti Fatimah. Penulis dilahirkan di Jember pada tanggal 1 Desember 1995 dan merupakan putri kedua dari dua bersaudara. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN Jember Lor 5 pada tahun 2002 sampai tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 4 Jember pada tahun 2008 hingga tahun 2011, dan melanjutkan di SMAN 2 Jember. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Strata-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam beberapa kepanitian diantaranya Pasca PLA 1 sebagai anggota divisi publikasi; dokumentasi; dan dekorasi, Seminar Nasional sebagai anggota divisi publikasi; dokumentasi; dan dekorasi, serta PLA 1 sebagai anggota divisi dana dan usaha. Selain itu, penulis juga pernah menjadi asisten praktikum mata kuliah Pengantar Ekonomi Pertanian.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori	10
2.2.1 Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi.....	10
2.2.2 Modal Sosial	12
2.2.3 Konsep Saluran Pemasaran	20
2.2.4 Marjin Pemasaran	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Proposisi	29
2.5 Definisi Operasional	29
III. METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Penentuan Lokasi dan Waktu	33
3.3 Teknik Penentuan Informan	34

3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Wawancara Mendalam	35
3.4.2 Studi Literatur.....	35
3.4.3 Observasi Partisipatif	36
3.4.4 Dokumen	36
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Keabsahan Data	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum	40
4.1.1 Luas Areal dan Produksi Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi .	40
4.1.2 Letak dan Keadaan Geografis Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	41
4.1.3 Keadaan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	42
4.2 Hasil dan Pembahasan	45
4.2.1 Saluran Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.....	45
4.2.2 Marjin Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.....	60
4.2.3 Kondisi Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	64
V. PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Proses Pasca Panen Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi	12
2.	Luas Area, Total Produksi, dan Produktivitas Tembakau Perkebunan Rakyat Jenis <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi Tahun 2013-2015 di Kabupaten Jember	40
3.	Luas Panen, Produktivitas, dan Total Produksi Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi Menurut Kecamatan Tahun 2013	41
4.	Jumlah Penduduk Merurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2015	42
5.	Jumlah Penduduk Desa Sumber Jeruk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian	44
7.	Nilai Distribusi Marjin, Market Share, dan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017	61
8.	Nilai Distribusi Marjin, Market Share, dan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017	63
9.	Unsur-unsur Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	64

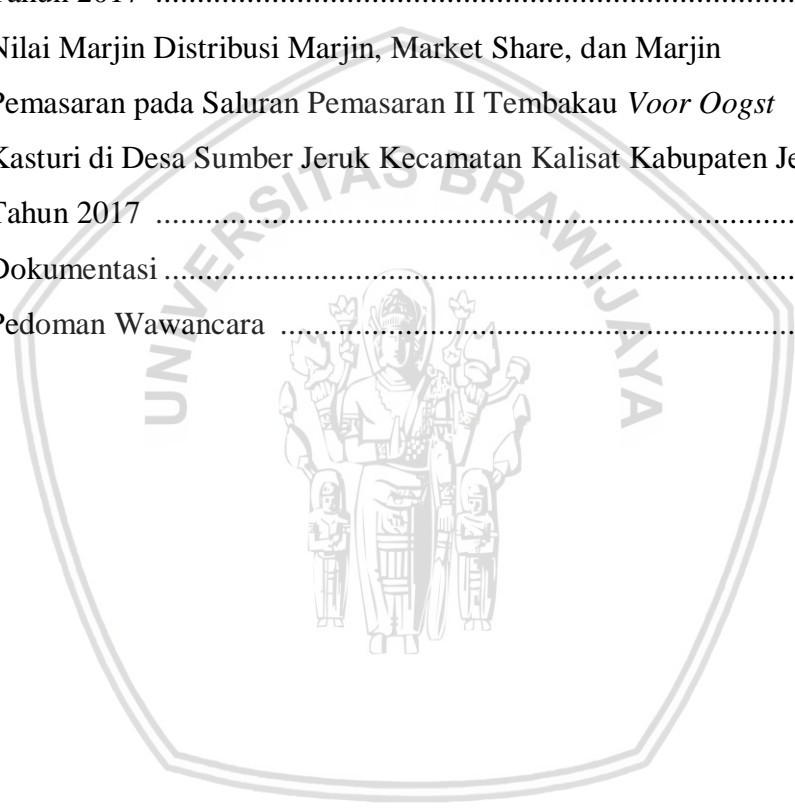
DAFTAR BAGAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Penelitian Modal Sosial dan Saluran Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	25
2.	Saluran Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2018	47
3.	Saluran Pemasaran I Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2018	51
4.	Kemitraan I antar Lembaga Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk	55
5.	Kemitraan II antar Lembaga Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk	56
6.	Kemitraan III antar Lembaga Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk	57
7.	Saluran Pemasaran II Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2018	58
8.	Kemitraan IV antar Lembaga Pemasaran Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk	59

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data I Informan Petani Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	87
2.	Data I Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus Petani Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	88
3.	Data I Informan Pedagang (Blandang Kecil) Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	88
4.	Data I Informan Pedagang (Pengumpul) Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	88
5.	Data II Informan Petani Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	89
6.	Data II Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus Petani Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	89
7.	Data II Informan Pedagang (Blandang Kecil) Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	90
8.	Data II Informan Pedagang (Pengumpul) Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	90
9.	Data III Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus Petani Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	90
10.	Saluran Pemasaran I Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	91

11. Saluran Pemasaran II Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember	91
12. Analisis Marjin Pemasaran Tembakau Kasturi <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.....	92
13. Nilai Marjin Distribusi Marjin, Market Share, dan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017	97
14. Nilai Marjin Distribusi Marjin, Market Share, dan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II Tembakau <i>Voor Oogst</i> (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017	98
15. Dokumentasi	99
16. Pedoman Wawancara	101



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tembakau merupakan salah satu komoditas perkebunan yang menjadi komoditas perdagangan penting di Indonesia maupun dunia. Pentingnya tembakau dalam perdagangan karena daun tembakau merupakan bahan baku pembuatan rokok dan Indonesia merupakan negara pengekspor tembakau hingga mencapai kurang lebih tiga puluh juta kilogram. Berdasarkan data statistik perkebunan Indonesia tahun 2015-2017 dalam Hendaryati dan Arianto (2016) diketahui bahwa volume dan nilai ekspor tembakau pada tahun 2005 sebesar 30.675.473 kg dengan nilai \$ 156.783.556. Salah satu wilayah di Indonesia yang berpotensi dalam pengembangan tembakau ialah Kabupaten Jember. Tembakau ialah produksi unggulan perkebunan di Jember sehingga membuat Kota Jember selalu identik dengan kota tembakau, bahkan tembakau telah menjadi ciri khas batik dan tarian tradisional di Jember.

Berdasarkan waktu tanam dan musim panen, tembakau dapat dibedakan menjadi dua jenis. Menurut Siregar (2016) dua jenis tembakau tersebut antara lain adalah tembakau *Na Oogst* (NO) dan tembakau *Voor Oogst* (VO). Tembakau *Na Oogst* (NO) ialah tembakau yang ditanam pada akhir musim kemarau dan dipanen awal musim hujan, sedangkan tembakau *Voor Oogst* (VO) ialah tembakau yang ditanam pada akhir musim hujan dan dipanen pertengahan musim kemarau. Jember merupakan daerah terbesar penghasil tembakau dengan jenis *Na Oogst* (NO) maupun *Voor Oogst* (VO). Budidaya tembakau *Voor Oogst* (VO) khususnya tembakau Kasturi merupakan terbesar kedua di Kabupaten Jember. Kemunculan jenis tembakau Kasturi di Kabupaten Jember membuat banyak petani untuk menanam karena memiliki pasaran yang baik sebagai tembakau yang diperlukan untuk kebutuhan lokal.

Kasturi merupakan tembakau asli Jember yang digunakan sebagai bahan utama produksi rokok kretek. Berdasarkan data statistik perkebunan Indonesia tahun 2013-2015 dalam Soependi dan Arianto (2014), Jember merupakan penghasil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi tertinggi se-Jawa Timur. Terdapat 31 kecamatan penghasil tembakau di Kabupaten Jember, diantaranya ialah Kecamatan Puger, Wuluhan, Ambulu, Tempurejo, Silo, Mayang, Mumbulsari,

Jenggawah, Ajung, Rambipuji, Bangsalsari, Sukorambi, Arjasa, Pakusari, Kalisat, Ledokombo, Sumberjambe, Sukowono, Jelbuk, Kaliwates, Summersari, dan Patrang. Kecamatan Kalisat merupakan wilayah yang memiliki luas panen, produktivitas, dan jumlah produksi tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi tertinggi di Kabupaten Jember dengan luas panen 1.905 ha, produktivitas 18 kw/ha, dan total jumlah produksi 34.290 kw pada tahun 2013. Dari beberapa desa di Kecamatan Kalisat, Desa Sumber Jeruk merupakan salah satu daerah yang berpotensi dalam pengembangan tanaman tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Besarnya potensi pengembangan tanaman tembakau di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat, menyebabkan usahatani tembakau diharapkan mampu memberikan sumbangan yang cukup besar bagi peningkatan kesejahteraan petani. Setiap petani tembakau yang melakukan usahatani memerlukan modal, sedangkan sebagian besar petani berpendapat bahwa modal yang dibutuhkan selalu berupa uang. Kenyataannya bahwa pengembangan usahatani tembakau tidak hanya membutuhkan modal berupa uang, namun juga modal sosial. Modal sosial dapat didefinisikan sebagai jaringan kerja sama diantara warga masyarakat yang memfasilitasi pencarian solusi dari permasalahan yang dihadapi (Brehm dan Rahn, 1997 dalam Baksh, 2013). Menurut Prusak (2001) dalam Baksh (2013) modal sosial adalah kumpulan dari hubungan yang aktif diantara manusia dengan rasa percaya, saling pengertian, serta kesamaan nilai dan perilaku yang mengikat anggota dalam sebuah jaringan kerja dan komunitas yang memungkinkan adanya kerjasama.

Adanya modal sosial dalam memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi akan membantu dalam peningkatan pendapatan dari usahatani karena pemasaran akan menentukan seorang petani mengalami keuntungan atau kerugian, sehingga pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting dalam agribisnis. Menurut Asmarantaka dkk. (2017), pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam sistem agribisnis mulai dari penyediaan sarana produksi pertanian, usahatani, pemasaran dan pengolahan hasil pertanian, serta sistem penunjang. Dalam pemasaran terjadi aliran produk atau jasa dari tangan produsen hingga ke tangan konsumen. Rangkaian kegiatan dalam pemasaran berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen hingga menimbulkan kepuasan konsumen tersebut, selain

itu juga memberi keuntungan kepada produsen. Perkembangan usahatani dapat dipengaruhi oleh efektivitas saluran pemasaran, karena pendapatan yang diperoleh petani dari penjualan produk pertanian menunjukkan sudah terjadi usaha tani yang efisien atau tidak efisien.

Keefisienan pemasaran salah satunya dapat diketahui dari rantai pemasaran. Permasalahannya adalah rantai pemasaran produk hasil pertanian panjang karena melibatkan banyak lembaga pemasaran. Menurut Soekartawi (2002), tidak jarang pemasaran komoditas pertanian memiliki rantai pemasaran yang panjang karena terdapat lebih dari satu lembaga pemasaran didalamnya sehingga tercipta sebuah margin pemasaran yang sering merugikan petani. Penyebab terciptanya rantai pemasaran yang panjang dan merugikan petani antara lain ialah 1). pasar tidak bekerja dengan sempurna, 2). memiliki informasi pasar yang lemah, 3). petani lemah dalam memanfaatkan peluang pasar, 4). petani memiliki posisi yang lemah dalam pemasaran sehingga sulit mendapatkan harga yang sesuai, 5). usahatani yang dijalankan petani tidak didasarkan pada permintaan pasar melainkan karena menjalankannya secara turun-temurun.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang berjudul Modal Sosial dalam Aktivitas Pemasaran Komoditas Sayuran di Desa Tawang Argo Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang oleh Riyanto, dkk. (2014) terletak pada tujuan serta teknik analisis data hasil penelitian. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui aktor dalam pemasaran, menganalisis unsur-unsur dan proses terbentuknya modal sosial, serta menganalisis peran modal sosial dalam pemasaran sayuran di wilayah penelitian. Berbeda dengan penelitian modal sosial dan saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin serta kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di lokasi penelitian. Penelitian terdahulu memfokuskan untuk menganalisis unsur-unsur, proses terbentuknya, dan peran modal sosial dalam pemasaran produk pertanian tanpa tujuan lainnya yaitu mengetahui margin pemasaran. Penelitian yang dilakukan peneliti kali ini hanya untuk mengetahui kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran produk pertanian namun disertai dengan perhitungan margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Perbedaan kedua yaitu mengenai teknik analisis data, dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis distribusi marjin pemasaran. Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis dengan model interaktif tanpa teknik analisis marjin pemasaran. Teknik analisis dengan model interaktif pada penelitian terdahulu dilakukan dengan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa petani tembakau Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember memiliki posisi sebagai *price taker* dalam saluran pemasaran tembakau sedangkan pedagang sebagai pihak yang menguasai saluran pemasaran memiliki posisi sebagai *price maker*. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa posisi petani dalam saluran pemasaran tembakau Kasturi sangat lemah. Lemahnya petani dalam hal pengambilan keputusan harga jual produk hasil pertanian diduga akibat dari modal sosial petani yang juga lemah dalam tata niaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi sebagai salah satu bentuk mengembangkan usahatani.

Penelitian mengenai Modal Sosial dan Saluran Pemasaran Tembakau Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember penting untuk dilakukan karena belum terdapat penelitian sebelumnya mengenai modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau, khususnya tembakau perkebunan rakyat di daerah yang sangat berpotensi untuk dibudidayakan komoditas tersebut. Alasan lain penelitian ini sangat penting karena perlu untuk menelaah modal sosial yang dimiliki setiap lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi khususnya petani sebagai subjek yang memiliki posisi terendah dalam pemasaran produk hasil pertanian.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember berupa modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi khususnya pada petani sebagai produsen tembakau. Petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember memiliki posisi sebagai *price taker* karena saluran pemasaran tersebut dikuasai oleh pedagang. Hal ini memerlukan suatu analisis modal sosial pada petani selaku produsen dalam saluran pemasaran tembakau Kasturi. Saluran

pemasaran tembakau Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember pada umumnya melibatkan lembaga-lembaga pemasaran seperti blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian. Oleh karena itu, analisis modal sosial juga ditinjau dan dilakukan pada seluruh lembaga pemasaran yang terlibat.

Terdapat perbedaan diantara lembaga-lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Menurut Asosiasi Petani Tembakau dalam Jannah, dkk. (2015), terdapat perbedaan antara blandang kecil dan pedagang pengumpul. Blandang kecil merupakan pedagang tradisional yang memiliki modal terbatas serta melakukan pekerjaan tanpa izin dan dapat bergerak bebas. Blandang kecil sering menempuh jalan pintas untuk memperoleh keuntungan, pihak ini biasanya merusak kualitas tembakau yang diperdagangkan dengan cara rekondisi yaitu membasahi daun tembakau atau melakukan pencampuran kualitas.

Pedagang pengumpul merupakan lembaga yang memiliki surat izin usaha dan mengolah tembakau. Pedagang pengumpul dicirikan dengan kepemilikan modal yang cukup, tidak melakukan pembinaan kepada petani, memiliki kebebasan membeli tanpa terikat jumlah; kualitas; maupun harga. Pedagang pengumpul pada umumnya melakukan pembelian lebih awal dan sangat memiliki pengaruh terhadap pembentukan harga lokal tembakau.

Keterlibatan blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi menunjukkan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka biaya pemasaran juga akan semakin meningkat. Biaya pemasaran suatu macam produk biasanya diukur secara kasar dengan margin. Margin merupakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dengan harga yang dibeli oleh konsumen tingkat akhir. Pemasaran dan margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember menggambarkan kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran komoditas tersebut. Berdasarkan uraian diatas, dapat dihasilkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember?
2. Bagaimana margin dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember?
3. Bagaimana kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi hanya untuk mengetahui dan mendeskripsikan kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
2. Penelitian ini dibatasi hanya untuk mengetahui pemasaran dengan meninjau margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
3. Penelitian ini menjadikan seluruh jenis lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang telah menjadi subjek penelitian sebagai informan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

1.5 Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa atau peneliti dapat mengetahui saluran, margin, serta modal sosial pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
2. Sebagai bahan informasi peneliti selanjutnya mengenai saluran, margin, serta modal sosial pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
3. Sebagai sumbangan pemikiran untuk pemerintah Kabupaten Jember guna meningkatkan kesejahteraan petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat .



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai modal sosial dan saluran pemasaran komoditas pertanian banyak dilakukan oleh peneliti. Pada umumnya penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui modal sosial dan pengaruhnya terhadap suatu usaha atau kegiatan. Berikut merupakan penelitian terdahulu sebagai acuan peneliti:

1. Penelitian berjudul Peran Modal Sosial (*Social Capital*) dalam Perdagangan Hasil Pertanian oleh Syahyuti (2008). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa modal sosial tumbuh dan mempengaruhi kinerja sistem perdagangan komoditas pertanian. Modal sosial mampu mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh pasar yang tidak sempurna. Modal sosial juga mampu mereduksi biaya transaksi yang tinggi melalui adanya relasi dengan pedagang lain yang dapat membantu dalam biaya transaksi, relasi dengan orang-orang yang dapat membantu dalam kesulitan keuangan, dan relasi keluarga yang dapat mereduksi kesalahan dalam penilaian kualitas barang. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa modal sosial dapat ditumbuhkan secara formal, misalnya melalui asosiasi pedagang. Waktu merupakan kata kunci untuk mengembangkan modal sosial karena modal sosial yang dimiliki seorang pedagang meningkat jika semakin lama terlibat dalam perdagangan.
2. Penelitian berjudul Saluran dan Marjin Pemasaran Tembakau Rakyat: Kasus Subak Cengcengan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar oleh Mudita (2008). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat empat tipe saluran pemasaran tembakau rakyat di Subak Cengcengan, Desa Sukawati, Kabupaten Gianyar. Saluran pemasaran satu terdiri dari lembaga pemasaran petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen dengan jumlah 30% dan memiliki nilai marjin pemasaran Rp 8.583,33. Saluran pemasaran dua terdiri dari lembaga pemasaran petani – pedagang besar-pedagang pengecer – konsumen dengan jumlah 40% dan memiliki nilai marjin pemasaran Rp 8.463,57. Saluran pemasaran tiga terdiri dari lembaga pemasaran petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen dengan jumlah 30% dan memiliki nilai marjin pemasaran Rp 9.388,89. Saluran pemasaran empat terdiri dari lembaga

pemasaran petani – pedagang pengecer – konsumen dengan jumlah 3,33% dan memiliki nilai margin pemasaran Rp 5.000,00. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran empat dengan nilai *farmer's share* tertinggi yaitu 85,71%.

3. Penelitian berjudul Modal Sosial Subak sebagai Energi Sosial dalam Pembangunan Pertanian di Perkotaan oleh Dewi (2011). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa proses harmoni dan kebersamaan sebagai implementasi falsafah utama Subak Kerdung yaitu *Tri Hita Karana*. Proses tersebut telah mewujudkan Subak Kerdung menjadi modal sosial yang kuat. Modal sosial subak Kerdung berupa *trust* yang tinggi dalam bentuk pengambilan keputusan yang adil, jaringan sosial yang luas, partisipasi yang tinggi dalam bentuk gotong royong dalam menjaga kelestarian alam, resiprositas yang kuat dalam mencukupi kebutuhan air irigasi, norma yang berfungsi sebagai pedoman anggota dan pengurus subak dalam berperilaku, serta nilai-nilai seperti rasa bersyukur; rasa malu; kejujuran; sabar; disiplin; dan tanggung jawab tinggi.
4. Penelitian berjudul Modal Sosial dalam Aktivitas Pemasaran Komoditas Sayuran oleh Riyanto dkk. (2014). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa aktor-aktor yang terlibat dalam aktivitas pemasaran sayuran dalam komunitas pedagang sayuran di Desa Tawangargo adalah petani, pekerja, pedagang pengepul tingkat desa, pedagang pengepul besar, pedagang pengepul besar untuk pasar pedagang supplier supermarket, pedagang supplier supermarket, dan pedagang pengecer. Unsur-unsur modal sosial yang dimiliki komunitas pedagang sayuran Desa Tawangargo terdiri dari kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial. Proses terbentuknya modal sosial tersebut dapat dibedakan menjadi dua, yang pertama adalah modal sosial dengan pekerja dan petani dan yang kedua adalah modal sosial dengan pedagang lain. Modal sosial yang tumbuh pada tipe 1 berawal dari nilai-nilai sosial yang mereka miliki karena pekerja berasal dari saudara, tetangga, serta teman mereka sendiri, dan petani sudah mereka kenal sejak lama sebelum mereka berdagang. Modal sosial yang tumbuh pada tipe 2 adalah sebuah proses interaksi yang terus dilakukan, sehingga lama-lama mereka terikat

dalam sebuah ikatan modal sosial. Peran modal sosial dalam pemasaran komoditas sayuran tersebut, yang pertama untuk memudahkan pedagang dalam mendapatkan sayuran melalui ikatan dengan petani dan pedagang suplier, kedua adalah peran dalam pengelolaan tenaga kerja akan lebih efisien tanpa diperlukan pengawasan, ketiga adalah memperkecil biaya pemasaran dan memberikan jaminan pasca untuk produk yang dijual pedagang.

5. Penelitian berjudul *Social Capital Influences Farmer Participation in Collective Irrigation Management in Shaanxi Province, China* oleh Miao dkk. (2015). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat dua komponen modal sosial yang memiliki peran positif dalam sistem irigasi kolektif di Shaanxi Cina, kedua modal sosial tersebut adalah kepercayaan dan partisipasi. Perilaku partisipatif didorong oleh layanan dan pemeliharaan irigasi yang terorganisir dengan baik, hal itu juga dapat mendorong perkembangan koperasi khusus pedesaan yang sehat dan berkelanjutan. Unsur modal sosial yang berpengaruh negatif dalam sistem irigasi kolektif adalah timbal balik sosial atau resiprositas karena resiprositas menghalangi kemungkinan adanya tindakan kolektif.

2.2 Teori

2.2.1 Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi

Terdapat dua jenis tembakau berdasarkan waktu dan masa panen yaitu tembakau musim hujan dan tembakau musim kemarau. Menurut Cahyono (2005) dalam Sudiasih (2015), tembakau *Na Oogst* (NO) ialah tembakau yang ditanam pada musim kemarau dan dipanen pada awal musim penghujan. Tembakau yang tergolong musim penghujan ialah tembakau cerutu. Tembakau musim kemarau ialah tembakau *Voor Oogst* (VO) yaitu tembakau yang ditanam pada akhir musim hujan dan dipanen pada musim kemarau. Tembakau yang tergolong musim kemarau ialah tembakau sigaret, asepan, dan tembakau rakyat (rajangan), namun ada tembakau yang memiliki masa panen antara musim penghujan dan musim kemarau yaitu tembakau NO-VO.

Tembakau Kasturi merupakan salah satu tembakau jenis *Voor Oogst* (VO) yang berasal dari Jember dan digunakan sebagai bahan pembuatan rokok kretek.

Area penanaman tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi berada di daerah Jember sampai Bondowoso. Area penanaman tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di daerah Jember meliputi Kecamatan Pakusari, Kalisat, Silo, Sukowono, Ledok Ombo, Sumber Jambe, Mumbul Sari, Mayang, Wuluhan, Ambulu, Balung, Patrang, dan Sumber Sari. Daerah yang menghasilkan tembakau Kasturi dengan kualitas yang bagus ialah Ledok Ombo, Silo, Pakusari, dan Kalisat. Tembakau Kasturi pada umumnya diproduksi dalam bentuk krosok (*leaf type*) atau lembaran-lembaran daun dan diusahakan pada lahan sawah maupun tegalan.

Waktu penanaman tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di lahan tegalan dilaksanakan pada bulan April dan Mei sedangkan di lahan sawah dilaksanakan pada bulan Mei dan Juni atau tergantung dengan cuaca pada saat musim tanam. Menurut Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur (2013), lahan yang cocok untuk ditanami tembakau ialah dataran rendah (90 mdpl) sampai perbukitan (500 mdpl.) dengan kemiringan lahan 2% sampai 15%. Lahan yang akan ditanami tembakau hendaknya kosong dari tanaman lain minimal 1 bulan sebelum penanaman, sedangkan pada tanah berat membutuhkan waktu pengosongan minimal 45 hari sebelum jadwal tanam.

Penanaman tembakau yang baik dilakukan pada sore hari (setelah pukul 14.00). Pupuk yang digunakan untuk tanaman tembakau biasanya pupuk yang mengandung CI seperti KCL dan PONSKA. Proses budidaya tanaman tembakau juga dilakukan dengan beberapa tahap diantaranya ialah pembumbunan, penyiangan, pemangkasan dan wiwil, serta pengendalian hama dan penyakit.

Pemangkasan dan wiwil bertujuan agar tanaman tembakau dapat menghasilkan daun yang berukuran besar. Sedangkan hama penyakit yang biasanya menyerang tanaman tembakau ialah ulat grayak, ulat jengkel, ulat tanah, kutu daun, kutu kebul, penyakit lanas, penyakit busuk batang, TMV (*Tobacco Mosaic Virus*), TEV (*Tobacco Etch Virus*), dan penyakit patik. Selain itu juga terdapat tahapan proses pasca panen tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dengan penanganan sebagai berikut.

Tabel 1. Proses Pasca Panen Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi

No	Tahapan	Kondisi	Perlakuan
1	Sunduk atau sujen	Segar (daun hijau kekuningan)	Sebanyak 4-5 lembar daun disujen dengan cara saling menghadapkan perut dan punggung daun.
2	Pemeraman I	Segar (daun hijau kekuningan)	Menata daun yang telah disujen dengan posisi pangkal daun dibawah.
3	Penggantungan atau bandul	Layu (daun kekuningan)	Menata hasil sujen pada bandang.
4	Penjemuran I	Kuning, kuning sembur merah dan merah kecoklatan	Dijemur 3 hari berturut-turut mulai pagi hingga sore.
5	Pemeraman II	Coklat	Penjemuran diselingi dengan masa istirahat untuk fermentasi agar warna merata, timbul aroma, dan berbentuk <i>body</i> .
6	Penjemuran II	Coklat merata, beraroma, dan membentuk <i>body</i>	Penjemuran penuh hingga gagang menjadi kering.
7	Siap rompos	Lamina dan seluruh gagang kering (krosok)	Penjemuran selesai dan seluruh gagang kering.

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur (2013)

Sortasi dan untingan pada tembakau dapat membagi tembakau berdasarkan kualitasnya yaitu 1) kualitas hang yaitu kering lapang dimana daun paling bawah yang kering sawah langsung diunting, 2) kualitas durbug yaitu daun sakit dimana daun tembakau yang melalui proses pemetikan saat kondisinya kurang tua atau terlalu tua/merah, waktu penjemuran awal daun masih hijau/coklat, 3) kualitas ekspor yaitu daun tipis, kropos, dan tidak membentuk *body*, 4) kualitas semi lokal yaitu daun agak tebal, isi, dan terang, 5) kualitas lokal yaitu daun tebal, isi, dan terang.

2.2.2 Modal Sosial

1. Pengertian dan Dimensi Modal Sosial

Perlu diketahui mengenai pengertian modal sebelum menelaah pengertian modal sosial. Menurut Bordieu (1986) dalam Harker, dkk. (1990), definisi modal sangat luas dan mencakup hal-hal material dan non material (berbagai atribut yang tak tersentuh). Modal harus ada di dalam sebuah ranah, agar ranah

tersebut dapat memiliki arti. Modal dipandang Bordieu sebagai basis dominasi meskipun tidak selalu diakui oleh para partisipan. Menurut Portes (1995), modal sosial dibatasi sebagai kemampuan individu-individu untuk mengatur sumber-sumber langka berdasarkan keanggotaan mereka dalam jaringan atau struktur sosial yang lebih luas. Sumber-sumber langka dalam Damsar (2009) dapat bersifat nyata secara ekonomi seperti potongan harga dan hutang yang bebas bunga, atau tidak nyata seperti informasi tentang kondisi bisnis. Menurut Fukuyama (1995) dalam Nurdin (2010), modal sosial adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum di dalam sebuah masyarakat. Modal sosial dapat dilembagakan dalam kelompok sosial yang paling kecil dan mendasar.

Intisari dari modal sosial ialah bagaimana kemampuan masyarakat dalam bekerja sama pada suatu kelompok untuk membangun suatu jaringan yang bertujuan mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi timbal balik dan saling menguntungkan. Selain itu, kerjasama juga dibangun di atas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang bersifat positif dan kuat. Dengan adanya kekuatan tersebut, akan maksimal jika didukung oleh semangat yang proaktif membuat jalinan hubungan di atas prinsip-prinsip yang telah disepakati.

Pendapat lain selain mengenai pengertian modal sosial juga dipaparkan mengenai dimensi modal sosial. Menurut Woolcock dan Narayan (2000), dimensi modal sosial tumbuh di dalam suatu masyarakat yang didalamnya berisi nilai dan norma serta pola-pola interaksi sosial dalam mengatur kehidupan keseharian anggotanya. Berdasarkan konsep modal sosial, dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi modal sosial ditekankan pada kebersamaan masyarakat dalam mencapai tujuan mereka yaitu untuk memperbaiki kualitas hidup. Masyarakat senantiasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma. Keterikatan tersebut menjadikan nilai-nilai dan norma-norma sebagai pedoman untuk acuan masyarakat dalam bersikap, bertindak, dan bertingkah-laku, serta berhubungan atau membangun jaringan dengan pihak lain.

2. Peran Modal Sosial

Modal sosial memiliki peran yang penting dalam sebuah interaksi kerjasama dalam masyarakat. Peran modal sosial menurut World Bank (1998) dalam Syahyuti (2008) adalah sebagai perekat untuk semua orang dalam masyarakat. Dibutuhkan nilai saling berbagi (*shared values*) agar modal sosial tumbuh dengan baik, selain itu juga dibutuhkan adanya pengorganisasian peran (*rules*) yang diekspresikan dalam hubungan personal (*personal relationships*), kepercayaan (*trust*), serta *common sense* tentang tanggung jawab bersama. Empat hal tersebut akan menjadikan masyarakat lebih dari sekedar kumpulan individu.

Selain itu terdapat pendapat lain mengenai modal sosial yang juga dinyatakan berperan dalam kondisi kelembagaan pasar. Menurut Syahyuti (2008) modal sosial memainkan peran yang nyata dalam kondisi kelembagaan pasar yang lemah maupun gagal. Modal sosial dapat menjadi sumber kredit ketika kredit formal tidak bisa diakses, dapat menjadi asuransi melalui berbagai resiko (*risk sharing*) yaitu tidak membayar sebelum barang terjual sehingga harga ditentukan belakangan atau dapat memohon pengurangan harga saat harga yang berlaku pada saat ini lebih rendah dari harga yang diharapkan, serta dapat menjadi pengganti ketika kekuatan kontrak (*contract enforcement*) dari lembaga formal tidak ekonomis.

Modal sosial berperan pada sistem ekonomi dalam masyarakat, baik itu ekonomi tradisional maupun modern. Brata (2004) dalam Syahyuti (2008), menyatakan bahwa modal sosial memberi manfaat ekonomis bagi pelaku ekonomi informal perkotaan. Pendapat lain mengenai peran modal sosial pada sistem ekonomi masyarakat dinyatakan oleh Busse (2001) dalam Syahyuti (2008), menurutnya modal sosial atau hubungan antar individual merupakan salah satu sumber daya atau modal yang digunakan orang dalam strategi pemecahan persoalan kehidupan sehari-hari.

Peranan modal sosial pada sistem ekonomi juga ditunjukkan dari laporan World Bank (2006) dalam Syahyuti (2008) yang membuktikan bahwa perdagangan pada level makro dipengaruhi oleh modal sosial dalam konteks

modal sosial yang paling umum. Modal sosial tersebut berimplikasi pada dampak dari perdagangan, migrasi, reformasi ekonomi, dan integrasi regional.

3. Unsur-Unsur Pokok dalam Modal Sosial

Terdapat unsur-unsur pokok yang memungkinkan adanya sebuah modal sosial dalam sebuah jalinan kerjasama masyarakat. Unsur-unsur tersebut antara lain ialah partisipasi dalam suatu jaringan, resiprositas, kepercayaan, norma sosial, nilai-nilai, dan tindakan proaktif. Unsur-unsur tersebut dijelaskan oleh Hasbullah (2006) dalam Dewi (2011) yaitu sebagai berikut.

a. Partisipasi dalam Suatu Jaringan

Partisipasi merupakan salah satu dari unsur-unsur modal sosial. Modal sosial tidak dibangun oleh satu individu saja, melainkan terletak pada kecenderungan yang tumbuh dalam suatu kelompok untuk bersosialisasi sebagai bagian penting dari nilai-nilai yang melekat. Kuat tidaknya modal sosial tergantung pada kapasitas yang ada dalam kelompok masyarakat untuk membangun sejumlah asosiasi serta membangun jaringannya.

b. Resiprositas

Modal sosial diwarnai oleh kecenderungan tukar menukar kebaikan antar individu dalam suatu kelompok atau antar kelompok. Pola pertukaran tersebut bukan sesuatu yang dilakukan dengan cara saling membalas seketika seperti dalam proses jual beli, melainkan suatu kombinasi jangka pendek dan jangka panjang dalam nuansa *altruism* (semangat untuk membantu dan mementingkan kepentingan orang lain). Seseorang atau beberapa orang dari suatu kelompok memiliki semangat membantu tanpa mengharapkan imbalan dan dalam konsep Islam disebut sebagai keikhlasan yaitu semangat untuk membantu orang lain dalam memperoleh keuntungan yang imbalannya tidak diharapkan seketika dan tanpa batas waktu tertentu.

Masyarakat dan kelompok-kelompok sosial yang terbentuk dan memiliki tingkat modal sosial yang tinggi juga akan terefleksikan dengan tingkat kepedulian sosial yang tinggi, saling membantu, dan saling memperhatikan. Kemiskinan akan lebih mudah diatasi pada masyarakat yang memiliki tingkat modal sosial tinggi. Modal sosial yang tinggi juga dapat meminimalkan berbagai masalah sosial lainnya.

c. Kepercayaan

Kepercayaan menurut Lendesang (2014) adalah harapan yang tumbuh dalam masyarakat, ditunjukkan oleh perilaku jujur, teratur, dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama demi kepentingan anggota yang lain dari komunitas tersebut. Menurut Fukuyama (1995) dalam Nurdin (2010), masyarakat dengan kepercayaan yang tinggi dapat mengorganisasikan kerjanya dengan basis yang lebih fleksibel dan berorientasi kelompok dengan pertanggungjawaban yang lebih banyak didelegasikan pada tingkat-tingkat organisasi yang lebih rendah. Masyarakat yang memiliki kepercayaan rendah akan menggunakan aturan-aturan birokratis untuk mengekang dan mengisolasi subjek dalam usaha mereka.

d. Norma Sosial

Norma sosial akan sangat berperan dalam dalam mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat. Pengertian norma itu sendiri ialah sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Norma-norma mengandung sanksi sosial yang dapat mencegah individu berbuat sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan. Aturan kolektif tersebut biasanya tidak tertulis tetapi dipahami oleh setiap anggota masyarakat dan menentukan pola tingkah laku yang diharapkan dalam konteks hubungan sosial.

e. Nilai-Nilai

Nilai-nilai ialah sesuatu yang dianggap benar dan penting oleh anggota masyarakat. Contoh nilai yang sangat umum dikenal dalam masyarakat ialah nilai harmoni, prestasi, kerja keras, dan kompetisi. Nilai harmoni merupakan nilai yang dianggap sebagai pemicu keindahan dan kerukunan hubungan sosial yang tercipta, namun disisi lain dipercaya untuk senantiasa menghasilkan suatu kenyataan yang menghalangi kompetisi dan produktivitas. Modal sosial yang kuat sangat ditentukan oleh konfigurasi yang tercipta pada suatu kelompok masyarakat. Jika suatu kelompok memberikan bobot tinggi pada nilai-nilai kompetisi, pencapaian, keterusterangan, dan kejujuran, maka kelompok masyarakat tersebut cenderung lebih cepat berkembang dan maju dibandingkan pada kelompok

masyarakat yang senantiasa menghindari keterusterangan, kompetisi, dan pencapaian.

f. Tindakan Proaktif

Tindakan proaktif ialah keinginan kuat dari anggota kelompok untuk tidak hanya berpartisipasi tetapi senantiasa mencari jalan keterlibatan mereka dalam suatu kegiatan masyarakat. Mereka melibatkan diri dan mencari kesempatan yang dapat memperkaya tidak hanya dari sisi material tetapi juga kekayaan hubungan sosial dan menguntungkan kelompok tanpa merugikan orang lain secara bersama-sama. Mereka cenderung tidak menyukai bantuan yang sifatnya dilayani, melainkan lebih memberi pilihan untuk lebih banyak melayani secara proaktif.

Pendapat lain mengenai unsur-unsur modal sosial dijelaskan oleh Damsar melalui pengertian modal sosial itu sendiri. Menurut Damsar (2009), modal sosial yaitu investasi sosial yang meliputi sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma, serta kekuatan menggerakkan dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individu maupun kelompok secara efisien dan efektif dengan modal yang lainnya. Maka modal sosial secara sederhana ialah investasi sosial dalam struktur hubungan sosial untuk meraih tujuan yang diharapkan. Sumber modal sosial antara lain ialah nilai, solidaritas, resiprositas, dan kepercayaan. Terdapat beberapa konsep yang juga dapat mendasari unsur-unsur modal sosial diantaranya ialah keterlekatan serta jaringan sosial. Sumber maupun unsur-unsur modal sosial dapat dikonsepskan sebagai berikut.

a. Jaringan

Jaringan merupakan terjemahan dari *network* yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*. *Net* diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia sebagai jaring, yaitu tenunan seperti jala, terdiri dari banyak ikatan antar simpul yang saling terhubung satu sama lain. *Work* memiliki makna kerja. Maka gabungan kata *network* memiliki penekanan kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*).

Sosial dimengerti sebagai sesuatu yang dikaitkan atau dihubungkan dengan orang lain atau menunjuk pada makna subjektif yang mempertimbangkan perilaku atau tindakan orang lain yang berkaitan dengan pemaknaan tersebut. Maka jaringan sosial merupakan studi yang melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut. Kenyataannya dimungkinkan terdapat banyak jenis ikatan antar simpul.

b. Kepercayaan

Konsep kepercayaan dalam terminologi sosiologi dikenal dengan *trust*. Definisi kepercayaan dalam *Oxford English Dictionary* dijelaskan sebagai *confidence in* yang berarti yakin pada dan *reliance on* yang bermakna percaya atas beberapa kualitas atau atribut sesuatu atau seseorang, atau kebenaran suatu pernyataan. Menurut Giddens (2005) dalam Damsar (2009), antara kepercayaan dan resiko saling mengisi. Kepercayaan biasanya berfungsi untuk mereduksi bahaya yang berasal dari aktivitas tertentu. Pada setting kepercayaan, resiko yang dapat diterima berada dibawah “pengetahuan induktif yang lemah”, dan secara implisit selalu ada keseimbangan antara kepercayaan dengan kalkulasi resiko.

Terdapat dua *setting* yang berbeda bagi tumbuh kembangnya suatu lingkungan kepercayaan. Lingkungan kepercayaan yang pertama ialah dalam masyarakat pra modern, didalamnya terdapat empat lingkungan yang menumbuh kembangkan kepercayaan yaitu hubungan kekerabatan, komunitas masyarakat lokal, kosmologi religious, dan tradisi. Hubungan kekerabatan dalam lingkungan masyarakat pramodern merupakan konteks lingkungan yang dapat menjadi asal muasal tumbuh kembangnya suatu kepercayaan dan menyediakan suatu mata rantai hubungan sosial yang dapat diandalkan.

Lingkungan kedua ialah masyarakat modern, terdapat tiga lingkungan yang dapat menimbulkan kepercayaan, yaitu sistem abstrak, relasi personal, dan orientasi masa depan. Sistem abstrak ialah mekanisme institusional

yang mencabut hubungan-hubungan sosial dari konteks lokal dan perubahan hubungan-hubungan tersebut menuju rentang ruang dan waktu yang tidak terbatas melalui alat simbolis dan sistem ahli. Relasi sosial pada masa pramodern dapat dijelaskan melalui karakter persahabatan dalam masyarakat yang terkait dengan komunitas lokal dan kekerabatan. Orientasi masa depan berupa pemikiran kontrafaktual sebagai bentuk keterkaitan masa lalu dan masa kini dapat menjadi lingkungan kepercayaan pada masyarakat modern.

Bentuk kepercayaan dapat dilihat dari kemunculan kepercayaan tersebut. Berdasarkan kemunculannya, bentuk kepercayaan dibagi menjadi kepercayaan askriptif dan kepercayaan prososial. Kepercayaan askriptif muncul dari hubungan yang diperoleh berdasarkan ciri-ciri yang melekat pada pribadi seperti latar belakang kekerabatan, etnis, dan keturunan yang dimiliki. Sedangkan kepercayaan prososial muncul melalui proses interaksi sosial yang dibangun oleh para aktor yang terlibat

c. Nilai

Nilai dipahami sebagai gagasan mengenai apakah suatu pengalaman berarti, berharga, bernilai, dan pantas atau tidak berarti, tidak berharga, tidak bernilai, dan tidak pantas. Nilai berkaitan dengan ide yang dimiliki secara bersama. Nilai ialah tentang sesuatu itu baik atau buruk, diharapkan atau tidak diharapkan.

d. Resiprositas

Resiprositas menunjuk pada gerakan diantara kelompok-kelompok simetris yang saling berhubungan. Hal ini terjadi apabila hubungan timbal balik antar individu atau antar kelompok sering dilakukan. Hubungan bersifat simetris terjadi apabila hubungan antara berbagai pihak memiliki posisi dan peranan yang relatif sama dalam suatu proses pertukaran.

Terdapat dua jenis resiprositas, yaitu resiprositas sebanding dan resiprositas umum. Resiprositas sebanding merupakan kewajiban membayar atau membalas kembali kepada orang atau kelompok lain atas apa yang mereka berikan atau lakukan untuk kita secara setara, seringkali, langsung, dan terjadwal. Sedangkan resiprositas umum merupakan kewajiban

memberi atau membantu orang atau kelompok lain tanpa mengharapkan pengembalian, pembayaran, atau balasan yang setara dan langsung. Resiprositas umum tidak menggunakan kesepakatan terbuka atau langsung antara pihak-pihak terlibat.

e. Nilai Tanggung Jawab

Nilai tanggung jawab merupakan salah satu nilai yang diagungkan dalam banyak masyarakat dunia. Nilai tanggung jawab dalam aktivitas bisnis berkaitan dengan nilai kepercayaan. Pertanggungjawaban seseorang terhadap segala konsekuensi dari suatu tindakan bisnis yang dilakukannya dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kepercayaan orang lain terhadap dirinya.

f. Norma

Norma dipahami sebagai aturan main bersama yang menuntun perilaku seseorang. Norma memberikan kita suatu cara dimana kita mengorientasikan diri kita terhadap orang lain. Norma menuntun kita dalam melakukan definisi situasi. Oleh karena itu, norma menjadi kompas dalam menemukan jalan-jalan di belantara kehidupan sosial. Norma dalam konteks modal sosial tidak lepas dari jaringan, kepercayaan, dan nilai.

2.2.3 Konsep Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran memiliki sebuah konsep untuk diketahui dalam melakukan sebuah penelitian saluran pemasaran dalam berbagai produk atau jasa. Limbong dan Sitorus (1985) dalam Passlamanto, dkk. (2006) menyatakan bahwa saluran pemasaran merupakan rangkaian lembaga-lembaga niaga yang dilalui barang dalam penyalurannya dari produsen ke konsumen dengan beberapa lembaga pemasaran yang terlibat. Lembaga pemasaran berdasarkan fungsinya dibedakan menjadi tiga.

1. Lembaga fisik pemasaran, yaitu lembaga-lembaga yang menjalankan fungsi fisik. Contohnya badan pengangkut atau transportasi.
2. Lembaga perantara pemasaran, yaitu suatu lembaga yang khusus mengadakan fungsi pertukaran.
3. Lembaga fasilitas pemasaran, yaitu lembaga-lembaga yang melaksanakan fungsi-fungsi fasilitas. Contohnya ialah Bank Desa, Kredit Desa, dan KUD.

Selain pernyataan dari Limbong dan Sitorus, terdapat pendapat lain mengenai lembaga pemasaran. Menurut Hanafiah dan Saeffudin (1978) dalam Febriyanto (2013), lembaga pemasaran dapat dibagi menurut penguasaannya terhadap barang. Terdapat dua pembagian lembaga pemasaran berdasarkan penguasaan.

1. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki tetapi menguasai komoditas yang dipasarkan. Contohnya agen, perantara, makelar yang menjalankan tugasnya sebagai pihak yang mempertemukan produsen dengan konsumen. Balas jasanya dikenal dengan komisi.
2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai barang. Contohnya ialah sebagai berikut.
 - a. Pedagang pengepul, yaitu pedagang yang aktif dalam membeli atau mengumpulkan dan menampung barang dari produsen (petani) atau pun tengkulak di daerah produksi dan menjualnya kepada pedagang perantara seperti pedagang besar, grosir, atau pedagang pengecer. Volume perdagangan dan modal lebih besar dari pada tengkulak, sering melakukan proses lebih lanjut misalnya menyimpan dan *grading*.
 - b. Eksportir, yaitu pedagang yang menjual barang keluar negeri sedangkan importer ialah pedagang yang memasukkan barang atau komoditas dari luar negeri untuk dipasarkan kedalam negeri.
 - c. Pedagang pengecer, yaitu pedagang yang menjual barang atau komoditas pertanian langsung ke konsumen akhir. Pedagang ini biasanya membeli komoditas dari grosir, kadang dari pedagang pengumpul atau produsen (petani). Umumnya volumenya terbatas sehingga yang dijual juga terbatas.
 - d. Pedagang besar, yaitu pedagang yang memperdagangkan barang dalam jumlah besar, karena permodalan yang besar seringkali mengikat para pedagang pengumpul atau tengkulak dengan meminjamkan modal dengan perjanjian harus menjual barangnya ke pedagang besar. Pedagang besar juga menerima penjualan dari produsen (petani). Pedagang ini selain melakukan proses penyebaran (distribusi), juga mempunyai modal besar karena itu volume yang diperdagangkan juga besar dan biasanya dilengkapi dengan peralatan yang memadai, misalnya gudang, pengeringan, dan kantor.

- e. Penebas, yaitu pedagang yang melakukan pembelian langsung kepada produsen petani pada saat komoditas masih berada di lahan pertanian.
- f. Tengkulak, yaitu pedagang yang membeli langsung hasil pertanian dari petani, biasanya memiliki modal yang terbatas.
- g. Pelelang, yaitu pedagang yang melakukan kegiatan jual beli di pasar lelang, biasanya para pedagang atau para pembeli dikumpulkan terlebih dahulu.

Adanya lembaga-lembaga pemasaran menimbulkan panjang atau pendeknya saluran pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka saluran pemasaran tersebut dikatakan panjang, begitupun sebaliknya. Panjang pendeknya saluran pemasaran hasil pertanian dipengaruhi oleh beberapa faktor.

1. Jarak antara produsen dengan konsumen. Semakin jauh jarak produsen dengan konsumen biasanya semakin panjang pula saluran pemasarannya.
2. Cepat atau tidaknya produk rusak. Produk yang mudah rusak harus segera diterima konsumen sehingga menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
3. Tingkat skala produksi. Apabila produksi berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil, maka jumlah produk yang dihasilkan akan sedikit pula dan akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar. Kehadiran pedagang perantara diharapkan dan saluran yang akan dilalui akan cenderung panjang.
4. Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya atau modalnya kuat akan cenderung untuk memperpendek saluran tataniaga. Pedagang yang posisi keuangan atau modalnya kuat akan dapat melakukan fungsi tataniaga lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang modalnya lemah.

2.2.4 Marjin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih nilai yang dibayarkan konsumen dengan nilai yang diterima produsen. Menurut Soemodihardjo (2002), marjin tataniaga memiliki dua pengertian yaitu 1) perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen, 2) harga kumpulan jasa-jasa tataniaga yang terjadi karena permintaan dan penawaran. Kesimpulannya bahwa marjin tataniaga merupakan perbedaan tingkat eceran dengan harga tingkat produsen dan setiap produk yang dipasarkan memiliki nilai marjin yang berbeda karena jasa tataniaga yang digunakan juga berbeda. Besar perubahan marjin bergantung pada besar perubahan biaya tataniaga perunit dan meliputi resiko

kehilangan berat serta mengalami kerusakan dalam proses pemasaran. Terdapat rumus yang digunakan untuk menganalisis margin dalam saluran pemasaran.

1. Menurut Tomeck dan Robinson dalam Suharyanto, dkk. (2005) margin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MP = \sum Bi + \sum Ki \text{ atau } MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/kg)

$\sum Bi$ = Jumlah biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran (Rp/kg)

$\sum Ki$ = Jumlah keuntungan yang diterima lembaga-lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga pemasaran tujuan pemasaran dari petani (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat produsen yang diambil dari rata-rata harga jual di tingkat petani produsen (Rp/kg).

Perhitungan margin pemasaran (MP) digunakan untuk perhitungan selanjutnya yaitu M total. Total margin (M total) ialah total dari margin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran. Margin pemasaran total dapat dihitung menggunakan rumus:

$$M \text{ total} = M1 + M2 + M3 + \dots Mn$$

Perhitungan total margin (M total) digunakan untuk perhitungan selanjutnya yaitu distribusi margin. Selain M total, juga diperlukan nilai margin pemasaran ke-i untuk perhitungan distribusi margin. Distribusi margin dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Dm_i = \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\%$$

Keterangan:

Dm_i = Distribusi margin lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

M_i = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

M_{total} = Total margin pemasaran (Rp/kg).

2. Menurut Sudiyono (2004) dalam Mudita (2008), *share* keuntungan lembaga pemasaran ke-j dihitung menggunakan rumus:

$$SK_j = \frac{\pi_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$\pi_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - C_{ij}$$

Sedangkan biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j dihitung menggunakan rumus:

$$SB_{ij} = \frac{C_{ij}}{P_r - P_f} \times 100\%$$

$$C_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij}$$

Keterangan:

SK_j = Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j (%)

π_{ij} = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat pengecer (Rp/kg)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

H_{jj} = Harga jual lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

H_{bj} = Harga beli lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

Sb_{ij} = Bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (%)

C_{ij} = Biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg).

3. Persentase keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan pada masing-masing saluran pemasaran dihitung menggunakan rumus:

$$\% \pi = \frac{\pi_{ij}}{C_{ij}} \times 100\%$$

Keterangan:

$\% \pi$ = Persentase keuntungan

π_{ij} = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

C_{ij} = Biaya untuk pelaksanaan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg).

4. Menurut Supriatna (2005) dalam Mudita (2008), *farmer's share* atau bagian harga yang diterima oleh petani dapat dihitung menggunakan rumus:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

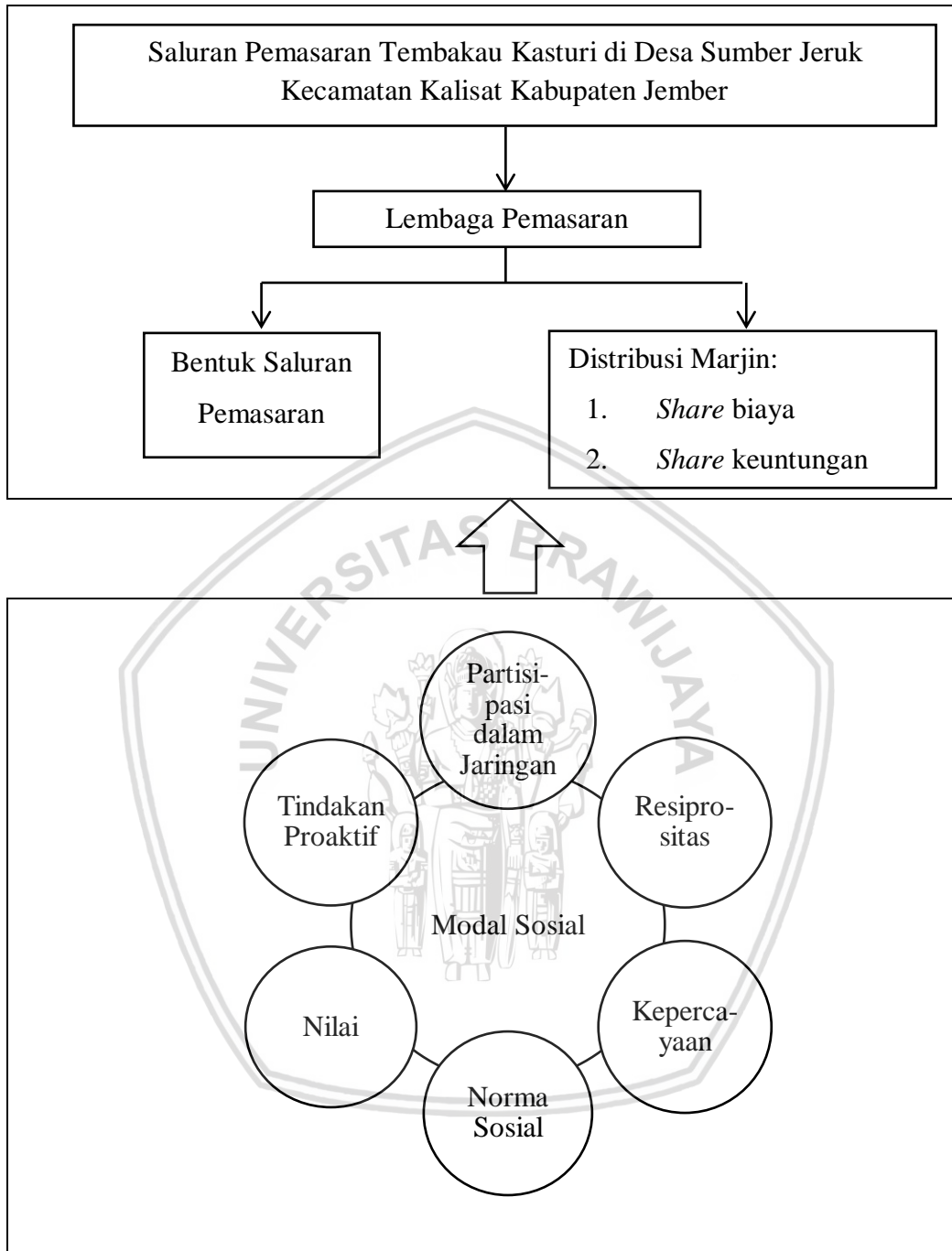
Keterangan:

F_s = *Farmer's share* (%)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg).

2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Kajian Penulis, 2017

Bagan 1. Kerangka Pemikiran Penelitian Modal Sosial dan Saluran Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Pemasaran merupakan salah satu subsistem penting dari sistem agribisnis. Pemasaran merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terjadi dalam proses mengalirkan barang dan jasa dari sentra produksi ke sentra konsumsi guna

memenuhi kebutuhan dan memberi kepuasan bagi konsumen serta keuntungan bagi produsen. Di dalam kegiatan mengalirkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember terdapat beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul dan blandang kecil. Melalui lembaga-lembaga pemasaran yang ada maka terbentuklah saluran pemasaran dari produsen ke konsumen.

Saluran pemasaran memiliki keragaman sifat. Terdapat tiga macam saluran pemasaran diantaranya ialah saluran pemasaran langsung, semi langsung, dan tidak langsung. Namun kecil sekali kemungkinan terdapat saluran pemasaran langsung dalam pemasaran hasil pertanian. Pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember mencakup ketiga jenis pemasaran tersebut. Terdapat dua jenis saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember berdasarkan klasifikasi penjualan tembakau setengah kering. Saluran pemasaran I melibatkan petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian, sedangkan saluran pemasaran II melibatkan petani sekaligus blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian.

Adanya saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran menimbulkan margin pemasaran. Perhitungan margin pemasaran berfungsi untuk mengetahui sebaik mana pemasaran tembakau Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang melibatkan aspek-aspek modal sosial didalamnya. Semakin besar nilai margin pemasaran maka menunjukkan pemasaran yang kurang efisien dan diduga rendahnya kepemilikan modal sosial oleh lembaga-lembaga pemasaran. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah nilai margin pemasaran maka menunjukkan pemasaran yang sudah efisien dengan modal sosial yang dimiliki lembaga-lembaga pemasaran.

Lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember paling panjang melibatkan petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, hingga gudang pembelian. Seluruh lembaga pemasaran dalam saluran tersebut melakukan aktivitas pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang didalamnya memerlukan modal sosial. Modal sosial

tumbuh dalam berbagai hubungan pada saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Setiap jalinan antar lembaga pemasaran terdapat modal sosial yang melibatkan enam unsur didalamnya karena mereka melakukan sebuah relasi yaitu transaksi jual beli. Unsur-unsur modal sosial tersebut ialah partisipasi dalam jaringan, resiprositas, kepercayaan, norma sosial, nilai, dan tindakan proaktif.

Partisipasi dalam jaringan sosial merupakan bentuk keaktifan masyarakat dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan di lingkungannya. Partisipasi tidak hanya disumbangkan dengan tenaga, namun juga pikiran. Seluruh lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember selalu berhubungan sosial dengan masyarakat lain. Hubungan dalam masyarakat tersebut akan membentuk sebuah jaringan.

Unsur modal sosial yang ditelaah setelah partisipasi dalam jaringan ialah resiprositas. Resiprositas menunjuk pada gerakan diantara kelompok-kelompok saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Hal ini terjadi apabila hubungan timbal balik antar lembaga pemasaran atau antar kelompok saluran pemasaran sering dilakukan. Hubungan dalam resiprositas bersifat simetris karena hubungan antara lembaga pemasaran memiliki posisi dan peranan yang relatif sama dalam suatu proses pertukaran. Resiprositas yang sebanding akan saling menguntungkan antar lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember, sedangkan resiprositas menyebabkan perilaku antar lembaga pemasaran yang saling membantu tanpa mengharap keuntungan.

Unsur modal sosial yang ditelaah setelah partisipasi dalam jaringan dan resiprositas ialah kepercayaan. Kepercayaan merupakan modal sosial dimana seseorang akan mampu membuat akses lebih jauh dalam usaha. Kepercayaan memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan dan kelangsungan aktivitas pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Kepercayaan muncul dari adanya kejujuran dan bertindak sesuai norma-norma atau kesepakatan bersama.

Unsur modal sosial yang ditelaah selain partisipasi dalam jaringan, resiprositas, dan kepercayaan ialah norma sosial dan nilai. Interaksi yang terjalin antar individu juga memerlukan norma sosial serta nilai masyarakat yang dipegang bersama. Norma sosial dan nilai dalam masyarakat memiliki peran penting dalam kelangsungan aktivitas pemasaran tembakau Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Norma sosial akan mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat, sedangkan nilai akan menjadi panutan masyarakat mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk.

Unsur modal sosial terakhir yang ditelaah ialah tindakan proaktif. Tindakan proaktif ialah keinginan yang kuat dari anggota kelompok atau masyarakat untuk tidak hanya berpartisipasi, namun juga terlibat dalam suatu kegiatan masyarakat. Tujuan dari tindakan proaktif untuk mencari kesempatan yang akan memperkaya diri individu yang menerapkannya. Kekayaan yang diperoleh tidak hanya dari sisi material, namun juga memperkaya hubungan sosial.

Keenam unsur modal sosial tersebut juga saling mempengaruhi dan berkesinambungan sehingga membentuk suatu sumber daya pelaku pemasaran dalam berbagai jenis tipe pemasaran. Sehingga pelaku pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember mampu membangun jaringan melalui partisipasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan bersama, saling menguntungkan (berkaitan dengan resiprositas) dibangun di atas kepercayaan yang diikat dengan nilai dan norma sosial dalam masyarakat, serta adanya tindakan proaktif untuk memperkaya diri tidak hanya dalam bentuk material namun juga hubungan sosial. Oleh karena itu semakin tinggi modal sosial yang dimiliki lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember, maka akan mengakibatkan pemasaran berjalan dengan baik tanpa ada pihak yang dirugikan.

2.4 Proposisi

Penelitian modal sosial dan saluran pemasaran tembakau Kasturi VO di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember mengangkat permasalahan modal sosial, saluran, serta margin pemasaran tembakau Kasturi di wilayah penelitian. Terdapat beberapa saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember dan beberapa dari enam macam saluran pemasaran memiliki rantai yang panjang. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani → blandang kecil → pedagang pengumpul → gudang pembelian. Banyaknya lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang banyak diterapkan di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember mengakibatkan pendugaan bahwa saluran pemasaran tersebut kurang efektif.

Penghitungan margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk bertujuan untuk menunjukkan keadaan saluran pemasaran komoditas tersebut. Selain itu, modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di wilayah penelitian diduga rendah ditunjukkan oleh saluran pemasaran yang kurang efektif. Rendahnya modal sosial terutama modal sosial yang dimiliki oleh petani sebagai produsen tembakau Kasturi VO juga ditandakan dari pendapatan hasil usahatani tembakau dan posisi petani yang rendah dalam saluran pemasaran yaitu sebagai *price taker*.

2.5 Definisi Operasional

1. Tembakau Kasturi ialah salah satu jenis tembakau krosok lokal *Voor Oogst* (VO) yang dikembangkan di daerah Jember dan Bondowoso dengan ciri khas rasa yang gurih, aroma harum, dan *impact* tinggi karena nicotin yang tinggi serta digunakan sebagai bahan untuk produksi rokok kretek.
2. Modal sosial ialah kemampuan lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember dalam berinteraksi secara baik yang dapat menunjang kerjasama sehingga menghasilkan pemasaran yang efisien.
3. Unsur-unsur modal sosial ialah kumpulan elemen yang membentuk modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, unsur-

unsur modal sosial tersebut meliputi partisipasi dalam jaringan, resiprositas, kepercayaan, norma sosial, nilai, dan tindakan proaktif.

4. Partisipasi dalam jaringan ialah bentuk keaktifan masyarakat petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi maupun lembaga pemasaran yang lain dalam mengikuti kegiatan dan menyumbangkan tenaga serta pikiran dalam lingkungannya di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
5. Kepercayaan ialah sikap saling mempercayai antar aktor dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Sikap saling percaya diartikan bahwa tiap individu akan melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan dan tidak akan merugikan diri dan lembaga pemasaran yang lain.
6. Resiprositas ialah ialah rasa saling bertukar kebaikan antar lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember dalam berhubungan satu dengan yang lainnya.
7. Nilai ialah ide yang dimiliki lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember secara bersama tentang sesuatu itu baik atau buruk, diharapkan atau tidak diharapkan.
8. Norma sosial ialah aturan main bersama dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang menuntun perilaku lembaga pemasarannya.
9. Tindakan proaktif ialah keinginan kuat dari lembaga-lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi untuk tidak hanya berpartisipasi tetapi senantiasa mencari jalan keterlibatan mereka dalam suatu kegiatan masyarakat.
10. Saluran pemasaran ialah rangkaian lembaga-lembaga niaga yang dilalui produk hasil pertanian yaitu tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
11. Lembaga pemasaran ialah aktor yang terlibat dalam kegiatan ekonomi yaitu memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi mulai dari petani hingga

konsumen tingkat akhir di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

12. Blandang kecil ialah pedagang tradisional tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang memiliki modal terbatas atau tidak lebih dari Rp 50.000.000 serta melakukan pekerjaan tanpa ijin dan dapat bergerak bebas.
13. Pedagang pengumpul ialah pedagang tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dicirikan dengan kepemilikan modal yang cukup atau lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan Rp 500.000.000, tidak melakukan pembinaan kepada petani, memiliki kebebasan membeli tanpa terikat jumlah; kualitas; dan harga, pada umumnya melakukan pembelian lebih awal dan sangat memiliki pengaruh terhadap pembentukan harga lokal tembakau.
14. Biaya pemasaran ialah biaya yang dikeluarkan oleh tiap lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dalam menyalurkan produknya dari produsen sampai konsumen akhir (Rp/kg).
15. Keuntungan yaitu nilai yang didapatkan oleh pedagang yaitu nilai penjualan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dikurangi dengan harga pembelian dan biaya pemasaran (Rp/kg).
16. Marjin pemasaran ialah selisih antara harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen akhir atau penjumlahan biaya pemasaran dengan keuntungan (Rp/kg).
17. *Share* biaya pada marjin pemasaran ialah seluruh biaya pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dibagi harga produk di tingkat konsumen.
18. *Share* keuntungan pada marjin pemasaran ialah persentase keuntungan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dibagi dengan harga produk ditingkat konsumen.
19. Distribusi marjin ialah tingkat pemerataan biaya pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dikeluarkan serta keuntungan yang didapatkan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Distribusi marjin dinyatakan dalam satuan persen (%).
20. *Share* biaya pada distribusi marjin ialah seluruh biaya pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dibagi dengan harga ditingkat konsumen dan produsen.

21. *Share* keuntungan pada distribusi margin ialah persentase besarnya keuntungan dibagi dengan harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi ditingkat konsumen dan produsen.
22. *Market share* ialah harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi ditingkat petani dibagi dengan harga jual ditingkat konsumen akhir dan dinyatakan dalam satuan persen (%).
23. Harga beli tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi ialah nilai yang harus dibayar oleh lembaga pemasaran ke *i* kepada lembaga pemasaran ke *i-1* atau lembaga pemasaran sebelumnya.
24. Harga jual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi ialah harga yang ditetapkan oleh lembaga pemasaran ke *i* dan harus dibayar oleh lembaga pemasaran ke *i+1* atau lembaga pemasaran setelahnya.
25. Saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang efektif ialah saluran pemasaran yang memiliki nilai margin terendah diantara saluran pemasaran yang lainnya.
26. Saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang memiliki modal sosial tinggi ialah saluran pemasaran dengan adanya partisipasi dalam jaringan sosial antar lembaga pemasaran, adanya gerakan resiprositas antar lembaga pemasaran, adanya sikap saling percaya, menjunjung tinggi nilai dan norma sosial, serta tindakan proaktif dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian campuran (*mix method*), yaitu metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif dan metode penelitian kuantitatif. Menurut Moleong (2016), deskriptif kualitatif merupakan suatu analisis yang menggambarkan keadaan objek penelitian yang berupa kalimat dan gambar. Data-data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dijabarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori tertentu serta menguraikan dan menafsirkannya dengan tujuan agar mempermudah dalam mendapatkan suatu kesimpulan. Penelitian ini juga menggunakan desain penelitian eksploratif. Menurut Arikunto (2006) dalam Rahman, dkk. (2016), penelitian eksploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali sebab-sebab terjadinya sesuatu. Tujuan dari mengeksplorasi suatu masalah atau situasi di wilayah penelitian adalah untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang baik dan mendalam tentang masalah atau situasi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi jawaban mengenai saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Metode penelitian kuantitatif terdapat pada teknik analisis data untuk menghasilkan nilai margin, *share* keuntungan, serta *share* biaya dari saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat. Terdapat empat metode yang digunakan untuk menganalisis data secara kuantitatif antara lain adalah metode margin pemasaran, *share* keuntungan dan biaya, persentase keuntungan, serta *farmer's share*.

3.2 Penentuan Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian yaitu di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember dan pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan yang dimulai pada 15 Desember – 15 Maret 2017. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive*, yaitu teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja namun

berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan peneliti dalam menentukan wilayah Sumber Jeruk sebagai lokasi penelitian ialah sebagai berikut:

1. Desa Sumber Jeruk merupakan salah satu desa di Kalisat yang berpotensi untuk pengembangan tanaman Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.
2. Kecamatan Kalisat merupakan wilayah penghasil tembakau terbesar di Kabupaten Jember.
3. Terdapat saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang melibatkan lembaga-lembaga pemasaran.

3.3 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive*, yaitu penetapan informan secara sengaja berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Informan yang dipilih untuk penelitian ialah masyarakat petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk yang terpilih karena memiliki informasi yang relevan untuk penelitian ini. Petani yang terpilih juga berdasarkan pertimbangan kelompok tani yang dinilai memiliki pemahaman mengenai saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Terdapat beberapa macam informan dalam penelitian ini, salah satunya ialah informan kunci yang mengetahui berbagai informasi pokok untuk keperluan penelitian. Informan Kunci dalam penelitian ini ialah Sekretaris Desa Sumber Jeruk. Jenis informan lainnya ialah informan utama yaitu masyarakat petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Penentuan informan penelitian ini dilakukan dengan teknik *snowball*. Teknik ini digunakan untuk menentukan pedagang tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Penentuan informan diawali dari petani dengan teknik *purposive* sebagai informan utama karena petani merupakan lembaga pemasaran tingkat 1 sebelum produk jatuh ketangan pedagang tingkat 1 ataupun konsumen. Informan yang ditentukan selanjutnya adalah pedagang tingkat 1 atau yang memiliki hubungan kemitraan dengan petani dengan teknik *snowball*, setelah itu berlanjut pada penentuan pedagang tingkat 2 dengan teknik yang sama dan seterusnya seperti itu hingga pedagang tingkat akhir. Pencarian informan serta informasi diakhiri saat peneliti sudah merasa cukup atau tidak ada informasi lain yang harus digali.

Total informan dalam penelitian ini sebanyak 15 orang. 8 informan sebagai petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, 2 informan sebagai petani sekaligus blandang kecil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, 3 informan sebagai blandang kecil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, dan 2 informan sebagai pedagang pengumpul tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara Mendalam

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan sebagai bentuk interaksi dalam proses komunikasi dan bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Wawancara juga dapat diartikan sebagai metode pengambilan data primer.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada tiap jenis lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember terkait modal sosial dalam saluran pemasaran. Wawancara mendalam dilakukan peneliti dengan cara berinteraksi untuk menggali informasi secara mendalam demi mendapatkan data primer yang benar-benar fakta terjadi dalam modal sosial pada saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Wawancara dilakukan menggunakan kuisisioner.

3.4.2 Studi Literatur

Studi literatur yang dilakukan peneliti ialah dengan cara mengumpulkan data sekunder yang diambil dari referensi, laporan, literatur, maupun ringkasan data dan diperoleh dari pihak-pihak yang terkait untuk keberlangsungan penelitian modal sosial dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Studi literatur dan kumpulan data penelitian terdahulu terkait dengan modal sosial dalam saluran pemasaran produk pertanian dilengkapi dengan penyajian fakta-fakta. Fakta-fakta yang tersaji

tidak lepas dan berkaitan dengan kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember sesuai yang akan diteliti.

3.4.3 Observasi Partisipatif

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan indera penglihatan untuk memotret seluruh fenomena dan aktivitas pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Peneliti juga memanfaatkan indera pendengaran untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menjawab masalah penelitian. Observasi yang telah dilakukan peneliti menghasilkan aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Tujuan peneliti melakukan observasi untuk memperoleh sebuah gambaran peristiwa atau kejadian yang bersifat nyata dengan tujuan untuk menjawab penelitian yaitu bagaimana kondisi modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Observasi partisipatif yang dilakukan peneliti yaitu dengan cara ikut mengambil bagian dalam kehidupan lembaga pemasaran yang akan diobservasi serta berlaku sungguh-sungguh seperti anggota dari kelompok yang akan diobservasi tersebut. Contohnya adalah mengikuti blandang kecil yang meninjau tanaman tembakau di lahan milik petani, selain itu peneliti juga mengikuti kegiatan pedagang pengumpul dalam penimbangan tembakau yang dikirim oleh blandang kecil.

3.4.4 Dokumen

Dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan surat penting atau berharga yang sifatnya tertulis atau tercetak dan berfungsi atau dapat di pakai sebagai bukti ataupun keterangan. Dokumen yang terkait dengan penelitian ini antara lain ialah data administratif, data perspektif, dan monografi desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember termasuk peta atau gambar wilayah, serta dokumentasi kegiatan penelitian modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data untuk menjawab dua permasalahan. Permasalahan pertama dipecahkan dengan analisis deskriptif yaitu untuk menjawab penelitian mengenai modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Tujuan dari analisis deskriptif tersebut untuk menjabarkan kondisi modal sosial sesuai dengan hasil pengamatan dan wawancara.

Sedangkan permasalahan kedua mengenai keefektifan saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang akan menunjang gambaran kondisi modal sosial didalamnya akan dianalisis dengan empat metode.

1. Marjin pemasaran

Menurut Tomeck dan Robinson dalam Suharyanto, dkk. (2005) marjin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MP = \sum Bi + \sum Ki, \text{ atau}$$

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran (Rp/kg)

$\sum Bi$ = Jumlah biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran (Rp/kg)

$\sum Ki$ = Jumlah keuntungan yang diterima lembaga-lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga pemasaran tujuan pemasaran dari petani (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat produsen yang diambil dari rata-rata harga jual di tingkat petani produsen (Rp/kg).

Total marjin (M total) ialah total dari marjin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran dan dapat dihitung menggunakan rumus:

$$M \text{ total} = M1 + M2 + M3 + \dots Mn$$

Distribusi marjin dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Dm_i = \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\%$$

Keterangan:

Dm_i = Distribusi marjin lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

M_i = Marjin pemasaran lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

M_{total} = Total marjin pemasaran (Rp/kg).

2. *Share* keuntungan dan biaya

Menurut Sudiyono (2004) dalam Mudita (2008), *share* keuntungan lembaga pemasaran ke-j dihitung menggunakan rumus:

$$SK_j = \frac{\pi_{ij}}{P_r - P_f} \times 100\%$$

$$\pi_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - C_{ij}$$

Sedangkan biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j dihitung menggunakan rumus:

$$SB_{ij} = \frac{C_{ij}}{P_r - P_f} \times 100\%$$

$$C_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij}$$

Keterangan:

SK_j = Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j (%)

π_{ij} = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat pengecer (Rp/kg)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

H_{jj} = Harga jual lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

H_{bj} = Harga beli lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

SB_{ij} = Bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (%)

C_{ij} = Biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg).

3. Persentase keuntungan

Analisis ini bertujuan untuk menghitung persentase keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan pada masing-masing saluran pemasaran dengan rumus:

$$\% \pi = \frac{\pi_{ij}}{C_{ij}} \times 100\%$$

Keterangan:

$\% \pi$ = Persentase keuntungan

π_{ij} = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

C_{ij} = Biaya untuk pelaksanaan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg).

4. *Farmer's share*

Menurut Supriatna (2005) dalam Mudita (2008), *farmer's share* atau bagian harga yang diterima oleh petani dapat dihitung menggunakan rumus:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

F_s = *Farmer's share* (%)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg).

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Menurut Moloeng (2016), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang diperoleh untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Teknik triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Triangulas sumber dicapai dengan cara:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan perkataan orang-orang (informan) di depan umum dengan yang dikatakan secara *face to face*.
3. Membandingkan perkataan orang-orang (informan) pada saat situasi penelitian dengan yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang (informan) dengan pendapat lain dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen terkait masalah penelitian yang digunakan.

Teknik triangulasi dengan sumber, metode, dan teori dilakukan dengan cara memeriksa kembali penemuan dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber, metode, atau teori yang dilakukan dengan jalan:

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan
2. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Luas Areal dan Produksi Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi

1. Luas Area, Total Produksi, Produktivitas, dan Jumlah Petani Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Kabupaten Jember

Kabupaten Jember ialah salah satu wilayah penghasil tembakau terbesar di Indonesia. Jumlah petani dan produksi tembakau di Kabupaten Jember juga tergolong tinggi. Berikut merupakan tabel luas area, total produksi, dan produktivitas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Tabel 2. Luas Area, Total Produksi, dan Produktivitas Tembakau Perkebunan Rakyat Jenis *Voor Oogst* (VO) Kasturi Tahun 2013-2015 di Kabupaten Jember

No.	Tahun	Luas Area (Ha)		Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha)	Jumlah Petani (KK)
		Tanam	Panen			
1	2013	9.138	9.138	10.138	1.109	17.086
2	2014	10.579	10.579	11.803	1.116	19.781
3	2015	10.117	10.117	13.151	1.300	18.916

Sumber: Soependi dan Arianto (2015)

Tabel 2 menjelaskan mengenai luas area, total produksi, produktivitas, dan jumlah petani tembakau *Voor Oogsti* (VO) Kasturi di Kabupaten Jember pada tahun 2013-2015. Produktivitas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Kabupaten Jember terus meningkat dari tahun ke tahun selama tahun 2013-2015. Produktivitas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi tertinggi pada tahun 2015 yaitu 1.300 kg/ha.

2. Luas Panen, Produktivitas, dan Total Produksi Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Kabupaten Jember

Terdapat 23 kecamatan di Kabupaten Jember yang merupakan wilayah penghasil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Kecamatan Kalisat merupakan wilayah yang menghasilkan tembakau terbesar di Kabupaten Jember. Berikut merupakan tabel luas panen, produktivitas, dan total produksi tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi menurut kecamatan di Kabupaten Jember pada tahun 2013.

Tabel 3. Luas Panen, Produktivitas, dan Total Produksi Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi Menurut Kecamatan Tahun 2013

No.	Kecamatan	Luas Panen (ha)	Produktivitas (kw/ha)	Produksi (kw)
1.	Puger	218	15	3.270
2.	Wuluhan	580	15	8.700
3.	Ambulu	682	14	9.548
4.	Tempurejo	134	10	1.340
5.	Silo	266	12	3.192
7.	Mayang	368	12	4.416
8.	Mumbulsari	115	10	1.150
9.	Jenggawah	185	14	2.590
10.	Ajung	62	10	620
11.	Rambipuji	15	11	165
12.	Bangsalsari	15	11	165
13.	Sukorambi	42	10	420
14.	Arjasa	50	12	600
15.	Pakusari	1.350	9	12.150
16.	Kalisat	1.905	18	34.290
17.	Ledokombo	924	12	11.088
18.	Sumberjambe	650	12	7.800
19.	Sukowono	869	12	10.428
20.	Jelbuk	385	12	4.620
21.	Kaliwates	36	10	360
22.	Sumbersari	125	10	1.250
23.	Patrang	162	10	1.620

Sumber: BPS Kabupaten Jember (2014)

Tabel 3 menunjukkan bahwa kecamatan penghasil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi tertinggi ialah Kecamatan Kalisat. Luas panen tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Kecamatan Kalisat mencapai 1.905 ha, jumlah produktivitas 18 kw/ha, dan jumlah produksi 34.290 kwintal. Sumber Jeruk merupakan salah satu desa penghasil tembakau terbaik di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

4.1.2 Letak dan Keadaan Geografis Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat

Kabupaten Jember

Desa Sumber Jeruk ialah salah satu Desa di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang memiliki produktivitas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dengan jumlah yang tinggi. Letak Desa Sumber Jeruk adalah 15 km dari pusat Kabupaten Jember. Desa Sumber Jeruk memiliki luas wilayah 341 ha dan ketinggian 365

derajat dari permukaan laut. Sebagian besar daerahnya memiliki curah hujan 2000 mm/tahun. Batas wilayah desa Sumber Jeruk adalah sebagai berikut:

1. Sebelah utara : Desa Patempuran
2. Sebelah timur : Desa Glagahwero
3. Sebelah selatan : Desa Jatian
4. Sebelah barat : Desa Gumuksari

Desa Sumber Jeruk merupakan salah satu desa di Kecamatan Kalisat yang jaraknya paling dekat dengan pusat Kecamatan dengan jarak 1 km. Desa Sumber Jeruk memiliki empat dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Karangpring, Dusun Sumber Jeruk Kidul, dan Dusun Plalangan. Keempat dusun tersebut memiliki luas wilayah yang sama yaitu 85,25 ha.

Sebagian wilayah di Desa Sumber Jeruk berupa tanah sawah. Para petani di Desa Sumber jeruk mengerjakan tiga musim tanam dalam setahun, yaitu musim tanam padi, tembakau, dan palawija. Ketiga jenis tanaman tersebut dianggap paling cocok dan produktif untuk ditanam dan menambah pendapatan di daerah tersebut.

4.1.3 Keadaan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

1. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk berdasarkan catatan terakhir di Desa Sumber Jeruk sebesar 4408 jiwa. Jumlah penduduk wanita dan pria memiliki komposisi yang relatif seimbang yaitu 49,5% penduduk wanita dan 50,5% penduduk pria. Jumlah penduduk tertinggi di Desa Sumber Jeruk terdapat pada golongan umur yang produktif. Berikut merupakan tabel jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin pada tahun 2015 di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2015

No	Golongan Umur	Pria	Wanita	Jumlah
1.	0-12 bulan	88	56	144
2.	13 bulan-4 tahun	132	107	239
3.	5-6 tahun	124	71	195
4.	7-12 tahun	240	222	462
5.	13-15 tahun	134	82	216
6.	16-18 tahun	133	122	255

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2015 (Lanjutan)

No	Golongan Umur	Pria	Wanita	Jumlah
7.	19-25 tahun	171	215	386
8.	26-35 tahun	292	401	693
9.	36-46 tahun	294	250	594
10.	46-50 tahun	154	147	301
11.	51-60 tahun	167	188	355
12.	61-75 tahun	154	170	324
13.	>75 tahun	167	153	294
Jumlah		2.224	2.184	4.408

Sumber: Sekretaris Desa Sumber Jeruk (2015)

Dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa jumlah penduduk Desa Sumber Jeruk berdasarkan golongan umurnya yang tertinggi adalah umur 26-35 tahun, kisaran umur tersebut ialah kelompok umur produktif. Golongan umur terendah adalah umur 0-12 bulan. Jumlah penduduk wanita adalah 2184 jiwa, sedangkan jumlah penduduk pria adalah 2224 jiwa.

2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh penduduk di Desa Sumber Jeruk tergolong rendah. Tingkat pendidikan yang rendah dilihat dari sedikitnya jumlah penduduk lulusan perguruan tinggi. Jumlah penduduk di Desa Sumber Jeruk yang lulusan SD jauh lebih tinggi dari pada penduduk lulusan perguruan tinggi. Berikut merupakan tabel jumlah penduduk di Desa Sumber Jeruk menurut tingkat pendidikan.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Desa Sumber Jeruk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	SD	2.596	85,8
2.	SMP	257	8,5
3.	SMA	146	4,8
4.	Akademi/ sederajat	12	0,4
5.	Perguruan Tinggi	14	0,5
Jumlah		3025	100

Sumber: Sekretaris Desa Sumber Jeruk (2015)

Dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Sumber Jeruk tergolong rendah. Penduduk dengan lulusan SD sebesar 85%, lulusan SMP 8,5%, lulusan SMA 4,8%, dan lulusan akademi/ sederajat dengan perguruan tinggi sebesar 0,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat

pendidikan formal yang dimiliki penduduk di Desa Sumber Jeruk tergolong rendah.

3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian

Sebagian besar penduduk di Desa Sumber Jeruk bermata pencapaian sebagai petani. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar wilayahnya yang meliputi tanah sawah, pekarangan, dan tegalan. Berikut merukan data jumlah penduduk berdasarkan mata pencahariaannya.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (jiwa)
1.	PNS	53
2.	Pedagang	109
3.	Buruh Tani	1.066
4.	Petani	923
5.	TNI	2
6.	POLRI	10
7.	Pensiunan	10
8.	Pegawai swasta	8
9.	Lain-lain	122
Jumlah		2.301

Sumber: Sekretaris Desa Sumber Jeruk (2015)

Tabel 6 menunjukkan bahwa 86,4% penduduk di Desa Sumber Jeruk memiliki pekerjaan di sektor pertanian. Penduduk yang bekerja di sektor pertanian memiliki pekerjaan sebagai buruh tani, petani, dan pedagang produk pertanian. Penduduk yang bekerja di luar sektor pertanian sebanyak 15,4% yaitu sebagai PNS, TNI, POLRI, pensiunan, pegawai swasta, dan lain-lain.

4. Sarana, Prasarana, dan Kebudayaan Masyarakat

Penduduk dengan tamatan SD merupakan yang paling tinggi di Desa Sumber Jeruk, yaitu sebanyak 2.596 jiwa atau 85,8% dari jumlah seluruh penduduk. Penduduk dengan tingkat pendidikan yang rendah rata-rata merupakan penduduk dengan golongan umur 36-75 tahun. Hal tersebut dipengaruhi oleh tingkat ekonomi yang rendah, selain itu anak-anak usia sekolah pada umumnya membantu sebagai tenaga kerja tambahan dalam usaha keluarga. Mereka menganggap membantu pekerjaan dalam keluarga lebih penting daripada sekolah, sedangkan sekolah itu sendiri dianggap memberatkan. Sangat banyak dijumpai di daerah pedesaan pada umumnya tenaga kerja anak-anak yang seharusnya menerima pendidikan, namun mereka bekerja membantu usaha orang tuanya.

Terdapat beberapa sarana pendidikan, peribadatan, dan kesehatan di Desa Sumber Jeruk, diantaranya adalah 1 TK, 4 SD, 1 pondok pesantren, 9 masjid, 18 musholla, dan 5 posyandu. Terdapat \pm 100 blandang kecil di Desa Sumber Jeruk sebagai perantara penjualan tembakau dari petani ke gudang penjualan. Para petani ada yang menjual melalui blandang kecil di dalam desa, namun ada juga yang melalui pedagang pengumpul di luar kecamatan sebagai perantara dalam pemasaran tembakau ke gudang pembelian yang ada di luar kecamatan maupun luar kota.

Hampir seluruh penduduk yang ada di Desa Sumber Jeruk menganut Agama Islam. Kebudayaan penduduk di Sumber Jeruk merupakan bahasa sehari-harinya yaitu Bahasa Madura yang merupakan salah satu bahasa daerah di Indonesia. Penduduk di Desa Sumber Jeruk juga ada yang menggunakan Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia, namun hampir 100% dari jumlah penduduk menggunakan Bahasa Madura sebagai bahasa sehari-hari mereka.

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1 Saluran Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Kecamatan Kalisat merupakan wilayah penghasil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi tertinggi di Kabupaten Jember. Desa Sumber jeruk ialah salah satu wilayah di Kecamatan Kalisat yang menghasilkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dengan kualitas terbaik, sesuai dengan pernyataan dari salah satu petani tembakau besar yang bernama Bapak ISW:

“Kelompok tani di Desa Sumber Jeruk memang tidak berjalan baik seperti di Desa Glagahwero yang kelompoknya aktif. Berbeda jika kita membandingkan kualitas serta jumlah tembakau yang di hasilkan di Desa Sumber Jeruk dengan Desa yang lain dalam Kecamatan Kalisat, disinilah yang paling baik.”

Bapak ISW sebagai salah satu petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang memiliki lahan garapan cukup besar menjelaskan bahwa kelompok tani di Desa Sumber Jeruk tidak aktif, namun kualitas serta kuantitas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang diproduksi oleh petani di Desa Sumber jeruk lebih baik

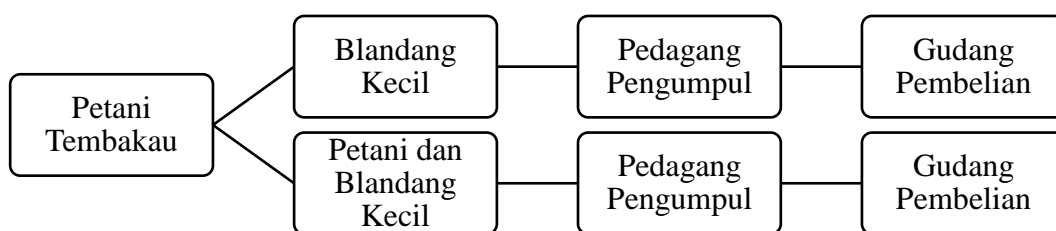
dibanding desa lainnya di Kecamatan Kalisat. Hal tersebut menggambarkan bahwa Desa Sumber Jeruk merupakan wilayah penghasil tembakau terbaik di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dijual oleh petani di Desa Sumber Jeruk merupakan tembakau dalam bentuk setengah kering atau jemuran 2-3 hari. Terdapat 3 jenis tembakau setengah kering yang diproduksi oleh petani, yaitu tembakau kelas atas, tengah, dan bawah. Ketiga jenis tembakau tersebut dijual tanpa memisahkan masing-masing dari kualitas tembakau. Blandang kecil membeli tembakau dari petani dengan cara mematok harga berdasarkan persentase dari masing-masing kelas tembakau. Semakin besar persentase kelas atasnya, maka tembakau yang dijual akan memiliki harga yang semakin tinggi tanpa memisahkan tembakau kelas tengah dan bawah dari tembakau kelas atas tersebut. Ketiga kelas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi sesuai dengan pernyataan blandang kecil di Desa Sumber Jeruk yang bernama Bapak MNR:

“Terdapat tiga kelas tembakau Voor Oogst (VO) Kasturi yang saya beli dari petani. Pertama adalah kelas koncokan (kelas atas) yang memiliki daun paling tebal, kedua adalah kelas tengah yang ketebalan daunnya tergolong menengah, terakhir kelas terendah yaitu kusiran yang memiliki daun paling tipis diantara yang lain. Tembakau yang rata-rata daunnya berada di kelas atas, saya beli Rp 2.800.000-Rp 3.000.000. Tembakau tengah saya beli Rp 2.500.000-Rp 2.700.000. Tembakau yang rata-rata daunnya kusiran saya beli Rp 2.400.000-Rp 2.200.000.”

Bapak MNR merupakan blandang kecil yang jumlah pembeliannya ke petani paling besar di Desa Sumber Jeruk. Bapak MNR menyatakan bahwa terdapat perbedaan harga dari tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dijual petani ke pedagang perantara berdasarkan kualitasnya yang dilihat dari ketebalan daun atau posisi daun dalam satu tanaman tembakau. Daun kelas atas atau koncokan merupakan daun pucuk yang bernilai seharga Rp 2.800.000/kw – Rp 3.000.000/kw, daun kelas menengah merupakan daun yang posisinya diantara daun pucuk yang bernilai seharga Rp 2.500.000/kw – Rp 2.700.000/kw dan daun bawah pada tanaman tembakau, sedangkan daun kusiran merupakan daun yang

posisinya paling dekat dengan pangkal tanaman tembakau yang bernilai seharga Rp 2.400.000/kw – Rp 2.200.000/kw.



Bagan 2. Saluran Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2018

Bagan 2 menunjukkan bahwa saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang relatif pendek dan cukup efektif, karena lembaga pemasaran yang terlibat cenderung lebih sedikit. Saluran pemasaran tersebut digunakan oleh sebagian petani maupun pedagang perantara dalam memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Petani maupun pedagang menganggap saluran pemasaran ini tergolong efektif. Seperti pendapat Bapak MSD:

“Petani tembakau sudah sangat diuntungkan dengan adanya harga tembakau yang telah ditentukan dari pusat (gudang), jadi pembagian keuntungan antara petani, blandang kecil, dan pedagang pengumpul sudah adil. Ditambah lagi dari tahun kemarin yang harganya sangat bagus, hal tersebut sangat menguntungkan bagi petani”.

Bapak MSD merupakan salah satu blandang kecil di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Menurut Bapak MSD tidak ada pihak yang dirugikan dari adanya saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Petani sudah sangat diuntungkan dengan adanya pedagang pengumpul yang membeli tembakau setengah keringnya dengan harga yang telah ditentukan dari pusat atau gudang pembelian, petani akan semakin diuntungkan apabila keadaan cuaca pada saat musim tanam tembakau stabil.

Pernyataan dari Bapak MSD menggambarkan bahwa adanya saluran pemasaran yang melibatkan petani, blandang kecil, dan pedagang pengumpul

sudah memberikan keuntungan yang adil bagi petani sebagai produsen tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Selain itu menjual tembakau melalui blandang kecil tidak memerlukan waktu yang lama untuk perputaran modal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan salah satu petani yang bernama Bapak NH:

“Alasan saya menjual tembakau melalui blandang kecil karena tidak ada modal untuk melakukan proses untingan yang diminta oleh gudang penjualan. Modal akan cepat kembali jika dijual melalui blandang kecil karena hanya melakukan proses penjemuran selama 2-3 hari, setelah itu tembakau setengah kering langsung saya jual”.

Bapak NH merupakan salah satu petani yang menjual tembakau setengah kering ke blandang kecil di Desa Sumber Jeruk. Bapak NH menyatakan alasannya menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi melalui pedagang perantara yaitu karena keterbatasan modal yang dimiliki untuk mengolah tembakau setengah kering menjadi tembakau kering yang biasa diminta oleh gudang penjualan. Selain itu Bapak NH menyatakan bahwa dengan menjual tembakau setengah kering melalui blandang kecil akan mempercepat perputaran modal.

Saluran pemasaran yang kurang efektif ialah saluran pemasaran dengan rantai yang panjang dengan melibatkan banyak lembaga pemasaran. Hal tersebut sesuai pendapat Efrizal dkk. (2011) yang menyatakan bahwa saluran pemasaran yang panjang menyebabkan lembaga pemasaran yang terlibat akan cenderung menghasilkan margin pemasaran terlalu tinggi sehingga menyebabkan bagian yang diterima petani kecil. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang panjang tidak efektif karena petani akan menerima bagian yang kecil dari produk hasil pertanian yang dipasarkan.

Pengolahan tembakau di Desa Sumber Jeruk terbagi ke tembakau setengah kering dan tembakau untingan. Tembakau setengah kering merupakan salah satu jenis pengolahan daun tembakau dengan cara disujen dan dijemur selama 2 hari saat cuaca panas dan 3 hari saat cuaca tidak menentu (panas dan hujan). Petani merupakan subjek yang melakukan pengolahan tembakau setengah kering. Selanjutnya adalah tembakau untingan yang merupakan salah satu jenis pengolahan tembakau yang dapat dilakukan oleh 3 lembaga pemasaran tembakau yaitu petani, blandang kecil, dan pedagang pengumpul. Sebagian besar tembakau

untingan di proses oleh pedagang pengumpul karena adanya keterbatasan modal dari petani dan blandang kecil. Modal yang dibutuhkan untuk mengeringkan daun tembakau hingga menjadi tembakau untingan sangat tinggi karena membutuhkan tempat, tenaga kerja, modal finansial, serta waktu yang lebih banyak dibanding tembakau setengah kering.

Lembaga pemasaran yang berperan dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari petani hingga ke gudang pembelian yaitu blandang kecil dan pedagang pengumpul. Jumlah responden dalam penelitian saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember sebanyak 15 orang, yang terdiri dari 8 orang petani, 2 orang blandang kecil dan petani, 3 orang blandang kecil, dan 2 orang pedagang pengumpul. Blandang kecil merupakan pedagang perantara tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang aktif dengan kepemilikan modal sedikit dan memiliki profesi sebagai pedagang perantara tanpa adanya surat izin dari pemerintah, namun memiliki keanggotaan di gudang milik pedagang pengumpul sebagai juragannya. Hal tersebut sesuai pernyataan dari salah satu blandang kecil yang bernama Bapak SMH:

“Blandang kecil bebas dalam berdagang tembakau dengan petani, tidak ada surat izin dari pemerintah. Namun jika juragan saya, Bapak ALX harus memiliki surat izin dari pemerintah untuk menjadi pedagang pengumpul. Tidak ada yang mengatur blandang kecil kecuali peraturan dari gudang (juragan atau pedagang pengumpul) karena kami sudah memiliki kontrak dengan gudang.”

Bapak SMH menyatakan bahwa tidak terdapat surat izin dari pemerintah untuk menjadi seorang blandang kecil dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk, berbeda dengan pedagang pengumpul sebagai juragannya yang harus memiliki surat izin pemerintah. Peraturan dari pemerintah tidak berlaku di tingkat blandang kecil kecuali peraturan yang ditetapkan oleh pemilik gudang atau pedagang pengumpul sebagai juragan blandang kecil anggota gudang.

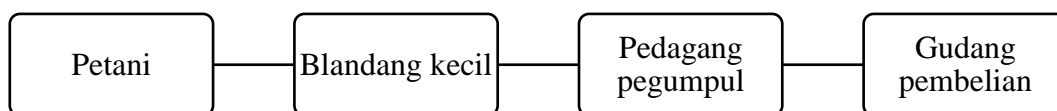
Pernyataan dari Bapak SMH sesuai dengan pernyataan dari Asosiasi Petani Tembakau dalam Jannah (2015), blandang kecil ialah pedagang tradisional yang

memiliki modal terbatas serta melakukan pekerjaan tanpa izin dan dapat bergerak bebas, sedangkan pedagang pengumpul ialah lembaga yang memiliki surat izin usaha dan mengolah tembakau. Pedagang pengumpul dicirikan dengan kepemilikan modal yang cukup, tidak melakukan pembinaan kepada petani, memiliki kebebasan membeli tanpa terikat jumlah, kualitas, maupun harga. Pedagang pengumpul pada umumnya melakukan pembelian lebih awal dan sangat memiliki pengaruh terhadap pembentukan harga lokal. Gudang pembelian merupakan gudang milik perusahaan besar yang memiliki modal sangat tinggi. Gudang pembelian merupakan lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi sebelum dijual ke pabrik pembuatan rokok kretek.

Terdapat dua macam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk. Saluran pemasaran I melibatkan 4 lembaga pemasaran yaitu petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian. Saluran pemasaran II melibatkan 4 lembaga pemasaran yaitu petani sekaligus blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian. Saluran pemasaran I lebih panjang daripada saluran pemasaran II karena melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran. Saluran pemasaran II memiliki rantai lebih pendek karena petani yang diteliti sekaligus menjadi blandang kecil di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Berikut merupakan skema dari kedua jenis saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk.

1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang kurang efektif apabila dibandingkan dengan saluran pemasaran II karena selisih harga yang diterima petani dengan harga yang diterima gudang pembelian lebih tinggi daripada saluran pemasaran II. Saluran pemasaran ini melibatkan blandang kecil dan pedagang pengumpul untuk menyalurkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi setengah kering dari petani ke gudang pembelian. Berikut merupakan skema saluran pemasaran I tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi:



Bagan 3. Saluran Pemasaran I Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2018

Terdapat 8 orang petani sebagai informan yang menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi melalui blandang kecil di Desa Sumber Jeruk. 8 orang petani tersebut berasal dari dua dusun yang berbeda yaitu 3 orang petani dari Dusun Karangpring dan 5 orang petani dari Dusun Krajan. 3 orang petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari Dusun Karangpring antara lain adalah Bapak NH, SH, dan AY, sedangkan 5 orang petani dari Dusun Krajan antara lain adalah Bapak SMR, BHR, STN, ISW, dan SPY. Berdasarkan distribusi saluran pemasaran tembakau Kasturi, dari 923 petani tembakau di Desa Sumber Jeruk, 80% atau 738 orang petani menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi melalui blandang kecil.

Ikatan yang terjadi dalam saluran pemasaran I tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yaitu blandang kecil menjual hasil pembelian dari petani kepada pedagang pengumpul. Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dibeli blandang kecil seharga Rp 25.000/kg - Rp 32.000/kg. Harga pembelian tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi antara kelima blandang kecil terdapat perbedaan berdasarkan kualitas tembakau yang diproduksi petani. Perbedaan harga tersebut adalah Rp 27.000/kg dari petani NH, SH, SMR, BHR, STN, ISW, dan AY ke blandang kecil MNR, SMH, dan MSK; Rp 25.000/kg dari petani SPY ke blandang kecil MRL. Perbedaan harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi disebabkan oleh adanya 3 kelas tembakau berdasarkan kualitasnya. Terdapat 3 kelas tembakau, yang pertama adalah kelas kusiran (bawah) dibeli blandang kecil dengan harga Rp 22000/kg – Rp 24.000/kg, kelas tengah Rp 25.000/kg – Rp 27.000/kg, dan terakhir kelas koncokan (atas) Rp 28.000 – Rp 30.000.

Blandang kecil membeli tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari petani dalam bentuk setengah kering. Blandang kecil melakukan pembelian secara bebas tanpa batasan kepada petani selama modal dana dan kuantitas barang dagang yang akan dibeli masih tersedia, namun pada umumnya jumlah pembelian oleh blandang kecil lebih rendah dari jumlah pembelian oleh pedagang pengumpul.

Blandang kecil langsung menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang sudah diolah dalam bentuk setengah kering ke pedagang pengumpul. Hal tersebut dilakukan oleh blandang kecil karena adanya keterbatasan modal untuk mengolah tembakau setengah kering tersebut menjadi tembakau untingan. Pedagang pengumpul tidak melakukan perlakuan apapun pada tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dibeli dari petani kecuali melihat kualitas tembakau untuk mematok harga yang sesuai.

Kualitas tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dibeli oleh blandang kecil harus berdasarkan permintaan dari pedagang pengumpul. Begitu pula dengan pedagang pengumpul, lembaga pemasaran ini meminta blandang kecil yang telah menjadi anggota di dalam gudangnya untuk membeli tembakau dari petani dengan kualitas yang di minta dari gudang pembelian. Pedagang pengumpul akan menghentikan pembelian tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari blandang kecil maupun petani apabila sudah mencapai 150-200 ton.

Terdapat tiga cara pembelian tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang dilakukan oleh blandang kecil ke petani. Pertama adalah pembelian tembakau setengah kering secara normal, kedua adalah pembelian tembakau setengah kering yang dibayar pedagang pengumpul setelah tembakau terjual ke pedagang pengumpul, ketiga adalah pembelian yang terikat. Pembelian atau penjualan oleh petani ke blandang kecil secara terikat terjadi karena petani tersebut menerima pinjaman modal untuk usahatani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari blandang kecil yang nantinya harus menerima penjualan tembakau setengah kering milik petani tersebut dengan harga umum (tanpa melihat kualitas tembakau). Apabila kualitas tembakau di bawah rata-rata, maka blandang kecil membeli dengan harga dibawah harga umum.

Pinjaman modal yang petani terima dari blandang kecil sesungguhnya adalah pinjaman dari pedagang pengumpul. Jadi, pedagang pengumpul memberikan pinjaman modal untuk petani tersebut melalui blandang kecil anggota gudangnya. Adanya pinjaman modal tersebut merupakan strategi dari pedagang pengumpul saat perkiraan hasil tembakau mengalami penurunan kuantitas. Saat tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi mengalami penurunan

kuantitas, maka pedagang pengumpul akan kekurangan stok dengan adanya permintaan dari gudang pembelian yang tetap.

Pedagang pengumpul yang terlibat dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi adalah Bapak AND dan ALX. Kedua pedagang pengumpul ini memiliki gudang untuk menyimpan tembakau serta lahan penjemuran tembakau. Lahan penjemuran tembakau berfungsi untuk mengolah tembakau setengah basah yang dibeli dari petani maupun blandang kecil menjadi tembakau untingan. Tembakau untingan adalah daun tembakau kering setelah dijemur kurang lebih 10 hari. Kedua pedagang pengumpul tersebut memiliki gudang sebagai tempat transaksi dengan petani maupun blandang kecil di luar Desa Sumber Jeruk.

Gudang milik pedagang pengumpul bernama Bapak AND berlokasi di dalam satu kecamatan yang sama petani dan blandang kecil (responden) yaitu Kecamatan Kalisat, sedangkan gudang milik Bapak AL berlokasi diluar Kecamatan Kalisat. Selain status keanggotaan gudang dan mencari harga tertinggi, blandang kecil biasanya menjual tembakau yang dibeli dari petani ke pedagang pengumpul yang lokasinya terdekat untuk menghemat biaya pengangkutan. Sedangkan lokasi dari pedagang pengumpul AND dan AL tergolong dekat dengan lokasi blandang kecil.

Blandang kecil yang melakukan transaksi tembakau di dalam Desa Sumber Jeruk merupan anggota dari gudang milik pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul atau pemilik gudang disebut-sebut sebagai juragan oleh blandang kecilnya masing-masing. Keikutsertaan sebagai anggota dalam gudang milik pedagang pengumpul akan memudahkan blandang kecil dalam menjual tembakau, karena blandang kecil akan mendapat harga yang lebih tinggi dibanding petani (bukan anggota gudang) yang langsung menjual di pedagang pengumpul. Selain itu, blandang kecil yang telah terdaftar menjadi anggota gudang akan mendapat maaf dari juragannya (pedagang pengumpul) apabila membeli tembakau terlalu mahal dari petani. Pedagang pengumpul yang membeli tembakau setengah kering dari petani dengan harga yang terlalu mahal tersebut akan tetap mendapatkan untung meskipun sedikit dari penjualannya kepada pedagang pengumpul (juragan). Berbeda dengan blandang kecil yang bukan merupakan anggota

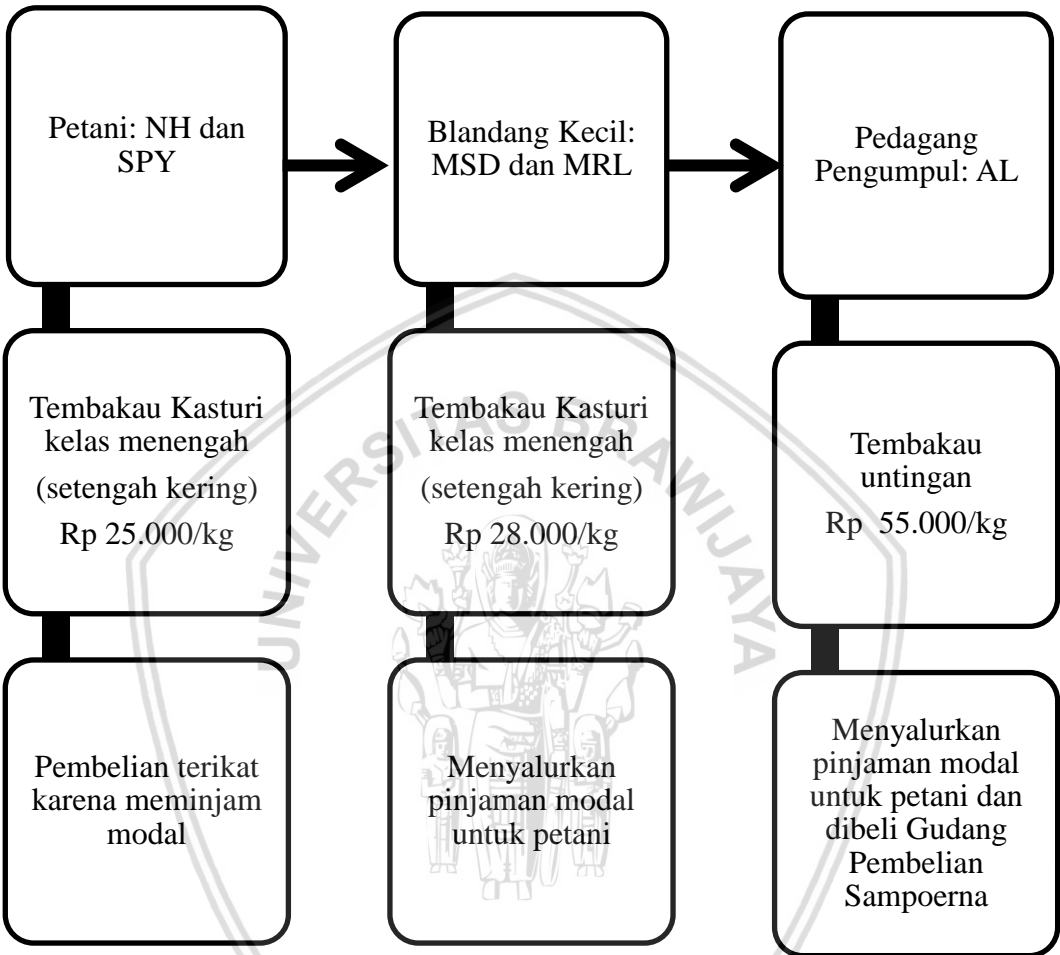
gudang, mereka tidak akan mendapatkan untung bahkan bisa saja rugi apabila menjual tembakau setengah kering yang dibeli terlalu mahal dari petani karena pedagang pengumpul yang bukan merupakan juragannya tidak akan memberikan toleransi.

Lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi setelah petani, blandang kecil, dan pedagang pengumpul ialah gudang pembelian. Gudang pembelian merupakan gudang milik perusahaan besar seperti Sampoerna, Djarum Super, dan Gudang Garam. Namun gudang pembelian yang dituju oleh kedua pedagang pengumpul pada penelitian ini adalah Djarum Super dan Sampoerna. Gudang pembelian membeli tembakau dari pedagang pengumpul, blandang, maupun petani dalam bentuk untingan.

Sama dengan blandang kecil yang terdaftar menjadi anggota dalam gudang milik pedagang pengumpul (juragan), pedagang pengumpul juga terdaftar sebagai anggota mitra dari gudang pembelian. Bedanya adalah pedagang pengumpul yang menjadi responden dalam penelitian ini tidak pernah menerima pinjaman modal finansial dari gudang pembelian untuk disalurkan ke petani. Modal finansial yang diterima oleh blandang kecil untuk disalurkan ke petani merupakan uang yang murni dari pedagang pengumpul. Meskipun gudang pembelian juga melakukan peminjaman modal seperti yang dilakukan oleh pedagang pengumpul, namun tidak ada satupun dari kedua pedagang pengumpul AND dan AL yang melakukan pinjaman tersebut.

Keanggotaan mitra yang dimiliki oleh pedagang pengumpul dalam gudang pembelian juga bertujuan untuk meluncurkan proses pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Pedagang pengumpul akan mendapatkan harga beli yang wajar dari gudang pembelian dengan adanya kemitraan tersebut. Gudang pembelian akan membeli dengan harga yang lebih murah pada pedagang maupun petani yang bukan sebagai mitranya. Meski terdapat kemitraan antara pedagang pengumpul dengan gudang pembelian, pedagang pengumpul masih mendapat kebebasan untuk menjual tembakau untingannya ke gudang pembelian lain yang dianggap mematok harga lebih mahal. Begitu pula dengan blandang kecil yang masih bisa menjual tembakau setengah keringnya ke pedagang pengumpul yang bukan merupakan juragannya selama harga ditingkat pedagang pengumpul

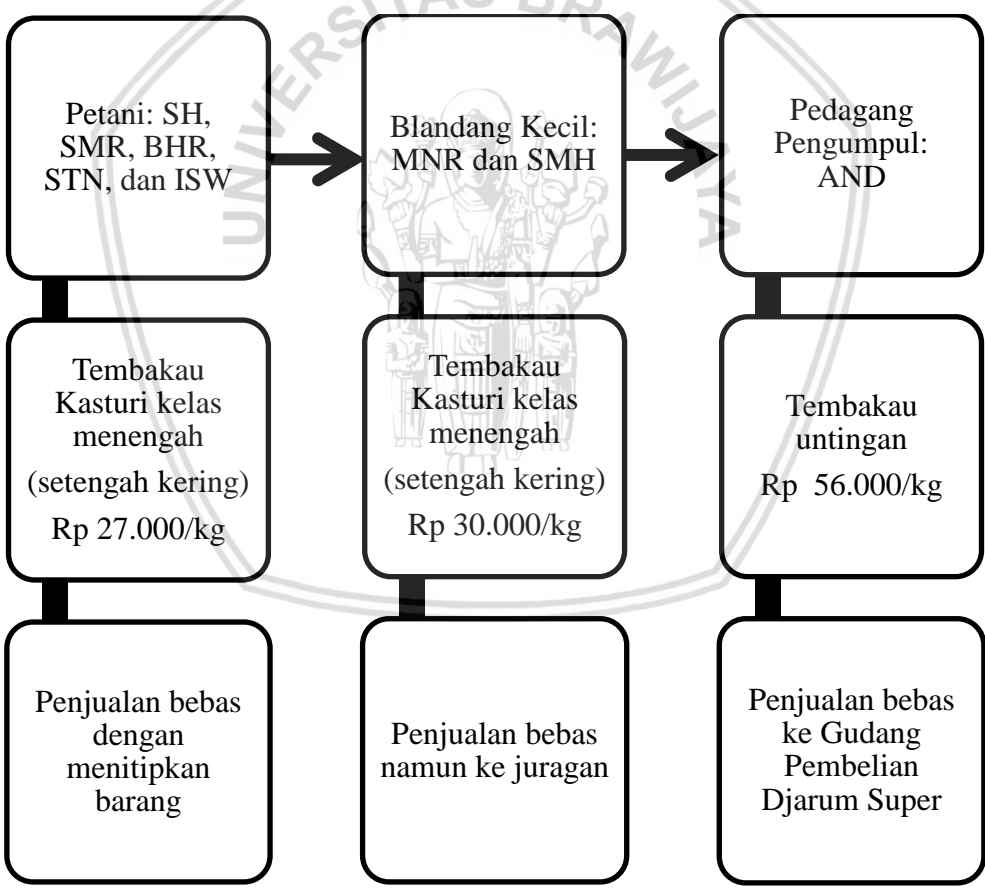
tersebut lebih mahal dibanding harga ditingkat juragannya. Berikut merupakan diagram yang menggambarkan kemitraan I antar lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk:



Bagan 4. Kemitraan I antar Lembaga Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk

Petani NH menjual tembakau kasturi setengah kering dengan kualitas kelas tengah kepada blandang kecil MSD, sedangkan petani SPY menjual ke blandang kecil MRL, keduanya menjual dengan harga Rp 25.000/kg. Pembelian tembakau dari NH maupun SPY bersifat terikat karena MSD maupun MRL telah memberikan pinjaman modal kepada petani tersebut, oleh karena itu harga yang ditetapkan merupakan harga pasaran. Blandang kecil MSD maupun MRL langsung menjual tembakau dari NH dan SPY tanpa melakukan pengolahan lebih lanjut. MSD maupun MRL menjual tembakau kepada pedagang pengumpul AL dengan harga Rp 28.000/kg. Pinjaman modal yang diberikan petani oleh MSD

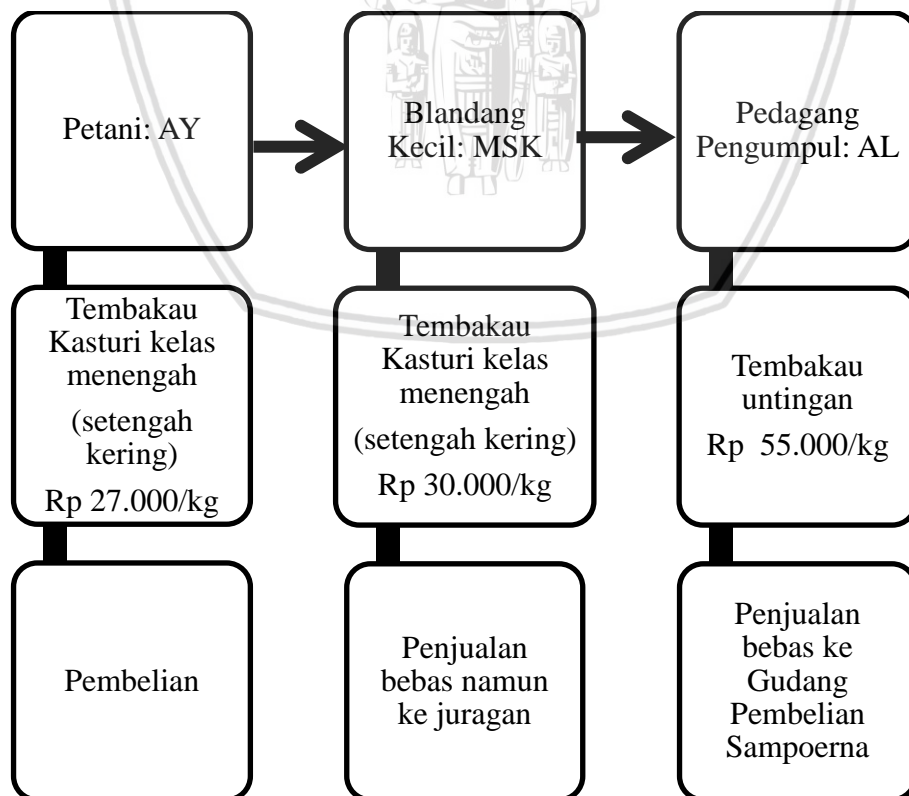
maupun MRL berasal dari AL. Pedagang pengumpul AL melakukan pengolahan lebih lanjut terhadap barang yang dibeli dari MSD dan MRL hingga menjadi tembakau untingan yang dijual ke gudang pembelian Sampoerna dengan harga Rp 55.000. bantuan modal untuk petani yang diberikan melalui blandang kecil didapatkan oleh pedagang pengumpul dari gudang pembelian. Dapat dikatakan bahwa bentuk pembelian dalam saluran pemasaran ini bersifat terikat karena petani harus menjual ke blandang kecil yang memberi pinjaman modal, blandang kecil harus menjual ke pedagang pengumpul yang menyalurkan modal tersebut, pedagang pengumpul harus menjual ke gudang pembelian sebagai sumber pendapatan modal pinjaman petani. Berikut merupakan diagram kemitraan II antar lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk:



Bagan 5. Kemitraan II antar Lembaga Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk

Petani SH, SMR, BHR, dan STN menjual tembakau kasturi setengah kering dengan kualitas kelas tengah kepada blandang kecil MNR, sedangkan petani ISW

kepada blandang kecil SMH dengan harga Rp 27.000/kg. Pembelian tembakau dari SH, SMR, BHR, STN, dan SMH bersifat bebas dengan cara menitipkan barang. Blandang kecil MNR maupun SMH tidak membayar secara langsung kepada petani setelah melakukan pembelian atau petani tersebut melakukan penitipan barang kepada blandang kecil untuk dijual ke pedagang pengumpul, sehingga tembakau akan dibayar setelah dibeli oleh pedagang pengumpul. MNR maupun SMH langsung menjual tembakau dari SH, SMR, BHR, STN, dan SMH tanpa melakukan pengolahan lebih lanjut. MNR maupun SMH menjual tembakau kepada pedagang pengumpul AND dengan harga Rp 30.000/kg. Pedagang pengumpul AND melakukan pengolahan lebih lanjut terhadap barang yang dibeli dari MNR dan SMH hingga menjadi tembakau untingan yang dijual ke gudang pembelian Djarum Super dengan harga Rp 56.000. Dapat dikatakan bahwa bentuk pembelian dalam saluran pemasaran ini bersifat bebas karena petani bebas menjual kemanapun, begitu juga dengan blandang kecil dan pedagang pengumpul yang bebas menjual tembakau kemanapun. Berikut merupakan diagram kemitraan III antar lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk:

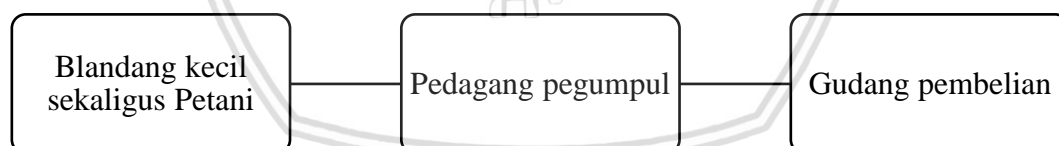


Bagan 6. Kemitraan III antar Lembaga Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk

Petani AY menjual tembakau kasturi setengah kering dengan kualitas kelas tengah kepada blandang kecil MSK dengan harga Rp 27.000/kg. Pembelian tembakau dari AY bersifat bebas. MSK langsung menjual tembakau dari AY tanpa melakukan pengolahan lebih lanjut. MSK menjual tembakau kepada pedagang pengumpul AL dengan harga Rp 30.000/kg. Pedagang pengumpul AL melakukan pengolahan lebih lanjut terhadap barang yang dibeli dari AY hingga menjadi tembakau untingan yang dijual ke gudang pembelian Sampoerna dengan harga Rp 55.000. Dapat dikatakan bahwa bentuk pembelian dalam saluran pemasaran ini bersifat bebas karena petani bebas menjual kemanapun, begitu juga dengan blandang kecil dan pedagang pengumpul yang bebas menjual tembakau kemanapun.

2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang lebih efektif apabila dibandingkan dengan saluran pemasaran I karena selisih harga yang diterima petani dengan harga yang diterima gudang pembelian lebih rendah daripada saluran pemasaran I. Saluran pemasaran ini hanya melibatkan pedagang pengumpul untuk menyalurkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi setengah kering dari petani ke gudang pembelian karena petani dalam saluran pemasaran II berprofesi sekaligus menjadi blandang kecil. Berikut merupakan skema saluran pemasaran II tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi:



Bagan 7. Saluran Pemasaran II Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2018

Terdapat 2 orang petani yang berprofesi sekaligus sebagai blandang kecil dan menjadi informan yang menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi melalui pedagang pengumpul di Mayang. 2 orang petani sekaligus blandang kecil tersebut berasal dari dua dusun yang berbeda yaitu Bapak MSD dari Dusun Karangpring dan Bapak MRL dari Dusun Krajan sedangkan pedagang pengumpulnya adalah Bapak AL. Ikatan yang terjadi dalam saluran pemasaran II tembakau *Voor Oogst*

(VO) Kasturi yaitu petani yang sekaligus merupakan blandang kecil memiliki keanggotaan di gudang milik pedagang pengumpul (juragan), petani sekaligus blandang kecil tersebut menjual tembakau setengah keringnya kepada pedagang pengumpul (juragan). Pedagang pengumpul mengolah tembakau yang dibeli menjadi tembakau untingan, kemudian menjualnya ke gudang pembelian. Gudang pembelian yang dituju oleh Bapak AL adalah Djarum Super. Berdasarkan distribusi saluran pemasaran tembakau Kasturi, dari 923 petani tembakau di Desa Sumber Jeruk, 20% atau 185 orang merangkap sekaligus menjadi blandang kecil.

Petani sekaligus blandang kecil memiliki posisi yang sama seperti blandang kecil pada umumnya di gudang milik pedagang pengumpul. Petani sekaligus blandang kecil ini juga berkesempatan mendapatkan pinjaman modal yang nantinya akan disalurkan ke petani lain maupun pribadi. Modal pinjaman tersebut akan membantu blandang kecil dalam mendapatkan barang atau tembakau setengah kering saat musim panen tanpa harus bersaing harga pembelian dengan blandang kecil yang lain. Petani sekaligus blandang kecil juga membeli tembakau setengah kering milik petani yang lain di Desa sumber Jeruk. Sama seperti blandang kecil asli, petani sekaligus blandang kecil yang telah dipercaya oleh beberapa petani langganannya sering mendapat kesempatan untuk menjual tembakau milik petani tanpa harus membayar terlebih dahulu. Artinya blandang kecil sekaligus petani tersebut membayar tembakau milik petani yang lain setelah menerima uang pembelian dari pedagang pengumpul. Berikut merupakan diagram kemitraan IV antar lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk:



Bagan 8. Kemitraan IV antar Lembaga Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk

Petani sekaligus blandang kecil MSD dan MRL menjual tembakau kasturi setengah kering dengan kualitas kelas tengah kepada pedagang pengumpul AL dengan harga Rp 28.000/kg. Pembelian tembakau dari MSD maupun MRL bersifat terikat karena AL telah memberikan pinjaman modal kepada petani sekaligus blandang kecil tersebut, oleh karena itu MSD dan MRL harus menjual ke AL. Pedagang pengumpul AL melakukan pengolahan lebih lanjut terhadap barang yang dibeli dari MSD dan MRL hingga menjadi tembakau untingan yang dijual ke gudang pembelian Sampoerna dengan harga Rp 55.000. Bantuan modal untuk petani sekaligus blandang kecil yang diberikan oleh pedagang pengumpul bersumber dari gudang pembelian. Dapat dikatakan bahwa bentuk pembelian dalam saluran pemasaran ini bersifat terikat karena petani sekaligus blandang kecil harus menjual ke pedagang pengumpul yang menyalurkan modal tersebut, pedagang pengumpul harus menjual ke gudang pembelian sebagai sumber pendapatan modal pinjaman petani.

4.2.2 Marjin Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga suatu produk yang dipasarkan disetiap lembaga pemasaran yang terlibat. Menurut Mudita (2008), marjin pemasaran dapat mengindikasikan efesiensi saluran pemasaran. Marjin pemasaran yang tinggi menyebabkan harga yang diterima petani atau produsen rendah dan saluran pemasaran tersebut diindikasikan tidak efisien.

Marjin pemasaran ditentukan oleh biaya pemasaran dan keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu rantai pemasaran. Biaya pemasaran terdiri dari komponen biaya pengemasan, pengangkutan, bongkar myat, dan lain-lain. Keuntungan pemasaran merupakan imbalan jasa yang diperoleh dari pengeluaran biaya dalam pembelian dan penjualan produk. Analisis marjin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga antara yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran tingkat akhir (gudang pembelian) dengan yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran tingkat pertama (petani atau produsen tembakau). Berikut merupakan uraian lebih rinci mengenai marjin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk.

Tabel 7. Nilai Distribusi Marjin, *Market Share*, dan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017

No.	Keterangan	Rp/kg	Distribusi Marjin		Share (%)	μ /c
			Rp	%		
1.	Petani					
	Harga jual	27000				
2.	Blandang kecil		3000	5,08		
	Harga beli	27000				
	Biaya Transportasi	150			0,52	
	Biaya Tenaga Kerja	25			0,09	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	176,29			0,61	
	Keuntungan	2823,71			9,74	16,02
	Harga Jual	30000				
3.	Pedagang Pengumpul		26000	94,92		
	Harga Beli	30000			0,69	
	Biaya Tenaga Kerja	50			0,17	
	Biaya Gudang dan Tempat Penjemuran	1000			3,45	
	Biaya Bambu Penjemuran	333,33			1,15	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	1583,33			5,46	
	Keuntungan	24416,67			84,20	15,41
	Harga Jual	56000				
4.	Gudang Pembelian					
	Harga Beli	56000				
	Jumlah		29000	100	100	

Sumber: Hasil Kajian Penulis (2014)

Tabel 7 menunjukkan bahwa marjin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember tahun 2017 pada saluran pemasaran I adalah sebesar Rp 29.000/kg yang terdistribusikan sebesar Rp 3.000 atau 5,08% pada blandang kecil dan sebesar Rp 26.000/kg atau 94,92% pada pedagang pengumpul. Bagian keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran bervariasi. Keuntungan yang lebih besar

diperoleh pedagang pengumpul yaitu sebesar 84,20% dibanding yang diperoleh blandang kecil yaitu sebesar 9,74%.

Sama dengan biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran, bagian biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul lebih tinggi yaitu sebesar 5,46%, sedangkan bagian biaya yang dikeluarkan blandang kecil yaitu sebesar 0,61%. Analisis μ/c pada tabel 7 menunjukkan rasio keuntungan terhadap biaya pada masing-masing lembaga pemasaran. Rasio keuntungan terhadap biaya pada blandang kecil yaitu sebesar 16,02, angka tersebut menunjukkan bahwa setiap satuan biaya yang dikeluarkan oleh blandang kecil akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 16,02. Rasio keuntungan terhadap biaya pada pedagang pengumpul yaitu sebesar 15,41, angka tersebut menunjukkan bahwa setiap satuan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 15,41.

Saluran pemasaran I tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember memiliki perbedaan dengan saluran pemasaran II yaitu pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat. Saluran pemasaran I memiliki saluran pemasaran yang lebih pendek dengan 3 lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya yaitu petani sekaligus blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian. Perbedaan yang lain terletak pada harga jual tembakau di tingkat petani sekaligus blandang kecil yaitu lebih rendah dibanding harga jual tembakau di tingkat blandang kecil pada saluran pemasaran I. Perbedaan tersebut terjadi karena kualitas tembakau yang dihasilkan oleh petani sekaligus blandang kecil lebih rendah dibandingkan tembakau yang dihasilkan oleh petani pada saluran pemasaran I. Perbedaan harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi olahan setengah kering tersebut adalah Rp 2000/kg. Petani sekaligus blandang kecil dalam saluran pemasaran II mengeluarkan biaya yang tidak dikeluarkan oleh petani untuk proses pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, yaitu biaya transportasi, tenaga kerja, dan pengemasan untuk menyalurkan atau mengirimkan barang ke pedagang pengumpul.

Tabel 8. Nilai Distribusi Margin, *Market Share*, dan Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017

No.	Keterangan	Rp/kg	Distribusi Margin		Share (%)	μ /c
			Rp	%		
1.	Petani sekaligus blandang kecil					
	Biaya Transportasi	150			0,56	
	Biaya Tenaga Kerja	25			0,09	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	176,29			0,65	
	Harga jual	28000				
2.	Pedagang Pengumpul		27000	100		
	Harga Beli	28000				
	Biaya Transportasi	200			0,74	
	Biaya Tenaga Kerja	50			0,19	
	Biaya Gudang dan Tempat Penjemuran	1000			3,70	
	Biaya Bambu Penjemuran	333,33			1,23	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	1584,62			5,22	
	Keuntungan	25415,38			94,13	18,36
	Harga Jual	55000				
3.	Gudang Pembelian					
	Harga Beli	55000				
	Jumlah		27000	100	100	

Sumber: Hasil Kajian Penulis (2014)

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember tahun 2017 pada saluran pemasaran II adalah sebesar Rp 27000/kg, yang terdistribusikan sebesar Rp 27.000/kg atau 100% pada pedagang pengumpul. Bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul yaitu sebesar 94,13% dan bagian biaya yang dikeluarkan adalah 5,22%. Analisis μ /c menunjukkan rasio keuntungan terhadap biaya pada pedagang pengumpul adalah sebesar 18,36, artinya adalah setiap satuan biaya yang di keluarkan oleh pedagang pengumpul akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 18,36.

4.2.3 Kondisi Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Menurut Baksh (2013), modal sosial dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki bersama oleh sebuah komunitas dan merupakan hubungan yang memungkinkan sekelompok individu melakukan suatu kegiatan yang produktif. Modal sosial adalah sumber daya yang dimiliki dalam sebuah komunitas dan terdiri dari beberapa unsur sebagai kekuatan yang digunakan untuk berinteraksi antar sesama masyarakat dilingkungan sekitar. Berikut merupakan enam unsur modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

Tabel 9. Unsur-unsur Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Unsur Modal Sosial	Bentuk Tindakan			
		Petani	Blandang Kecil	Pedagang Pengumpul	Gudang Pembelian
1.	Partisipasi dalam Jaringan	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan informasi harga kepada sesama petani - Saling mengetahui dan mengenal beberapa lembaga pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Saling mengetahui dan mengenal beberapa lembaga pemasaran - Mengikuti pertemuan rutin yang diadakan gudang 	<ul style="list-style-type: none"> - Saling mengetahui dan mengenal beberapa lembaga pemasaran - Mengikuti pertemuan rutin yang diadakan gudang pembelian - Mengadakan pertemuan rutin dengan blandang kecil 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan pertemuan rutin dengan pedagang pengumpul

Tabel 9. Unsur-unsur Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember (Lanjutan)

No.	Unsur Modal Sosial	Bentuk Tindakan			
		Petani	Blandang Kecil	Pedagang Pengumpul	Gudang Pembelian
2.	Resiprositas	<ul style="list-style-type: none"> - Saling bertikar informasi mengenai harga tembakau - Menjual hasil panen ke blandang kecil yang memberi pinjaman modal - Memberi kesempatan blandang kecil untuk membeli tembakau tanpa membayar terlebih dahulu (menitipkan barang) 	<ul style="list-style-type: none"> - Saling membantu blandang kecil lain yang susah mendapatkan pasar dan dibalas dengan imbalan berupa uang - Menyalurkan pinjaman modal dari pedagang pengumpul ke petani - Memberi harga yang lebih tinggi kepada petani yang menitipkan tembakaunya Menjual hasil pembelian tembakau ke pedagang pengumpul yang memberi pinjaman modal 	<ul style="list-style-type: none"> Menyalurkan pinjaman modal untuk petani melalui blandang kecil (sumber modal dari gudang pembelian maupun dari pedagang pengumpul itu sendiri) 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan pinjaman modal kepada petani melalui pedagang pengumpul

Tabel 9. Unsur-unsur Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember (Lanjutan)

No.	Unsur Modal Sosial	Bentuk Tindakan			
		Petani	Blandang Kecil	Pedagang Pengumpul	Gudang Pembelian
3.	Kepercayaan	- Mempercayai kan tembakaunya kepada blandang kecil dengan adanya penitipan barang (blandang kecil membayar tembakau dari petani setelah tembakau dibeli oleh pedagang pengumpul)	- Memberi pinjaman modal kepada petani kepercayaan (pinjaman modal didapat dari pedagang pengumpul) - Mempercayai kan tembakaunya ke blandang kecil lain saat tidak mendapatkan pasar	- Memberikan pinjaman modal kepada petani melalui blandang kecil kepercayaan (pinjaman modal didapat dari gudang pembelian)	- Memberikan pinjaman modal kepada petani melalui pedagang pengumpul kepercayaan
4.	Norma Sosial	- Petani menjual seluruh hasil panennya dengan harga umum tanpa rasa keberatan kepada blandang kecil yang telah memberikan pinjaman modal	- Blandang kecil menjual tembakaunya tanpa rasa keberatan kepada pedagang pengumpul yang telah memberikan pinjaman modal	- Pedagang pengumpul menjual tembakaunya tanpa rasa keberatan kepada gudang pembelian yang telah memberikan pinjaman modal - Memiliki perizinan dari pemerintah setempat	- Memiliki perizinan dari pemerintah setempat

Tabel 9. Unsur-unsur Modal Sosial dalam Saluran Pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember (Lanjutan)

No.	Unsur Modal Sosial	Bentuk Tindakan			
		Petani	Blandang Kecil	Pedagang Pengumpul	Gudang Pembelian
5.	Nilai	<ul style="list-style-type: none"> - Jujur kepada blandang kecil mengenai kualitas tembakau - Mengembalikan pinjaman modal dengan tepat waktu 	<ul style="list-style-type: none"> - Jujur kepada petani maupun pedagang pengumpul mengenai kualitas tembakau 	<ul style="list-style-type: none"> - Jujur kepada blandang kecil maupun gudang pembelian mengenai kualitas tembakau 	<ul style="list-style-type: none"> - Jujur kepada pedagang pengumpul mengenai kualitas tembakau
6.	Tindakan Proaktif	-	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti keanggotaan gudang (pedagang pengumpul) serta mengikuti seluruh pertemuan rutin yang diadakan 	<ul style="list-style-type: none"> - Membentuk anggota gudang yang terdiri dari beberapa blandang kecil - Mengikuti keanggotaan gudang (gudang pembelian serta mengikuti seluruh pertemuan rutin yang diadakan 	<ul style="list-style-type: none"> - Membentuk keanggotaan gudang yang terdiri dari beberapa pedagang pengumpul

Sumber: Hasil Kajian Penulis (2018)

Terdapat enam unsur modal sosial yang akan dikaji dalam penelitian ini, diantaranya adalah partisipasi dalam jaringan, resiprositas, kepercayaan, norma sosial, nilai, dan tindakan proaktif. Keenam unsur modal sosial tersebut terdapat dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Berikut akan diuraikan secara rinci mengenai enam unsur modal sosial dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember:

1. Partisipasi dalam Jaringan

Partisipasi adalah keikutsertaan dan keaktifan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan dalam lingkungannya, keaktifan dapat diukur dari sumbangan yang telah diberikan dalam lingkungan bermasyarakat baik dalam bentuk pemikiran maupun tenaga. Partisipasi yang ada di dalam jaringan atau kelompok petani tembakau berupa keterlibatan petani di wilayah tempat tinggalnya atau bahkan di desa, dan dalam profesinya yaitu saling menjalin hubungan sosial dengan sesama petani tembakau. Hubungan sosial yang telah dijalankan akan membentuk sebuah jaringan. Modal sosial berhasil dibangun apabila sekelompok petani tembakau dalam satu desa tersebut mampu dan turut ikut serta melibatkan dirinya dalam jaringan sosial. Hal tersebut juga dinyatakan oleh Hasbullah (2006) dalam Dewi (2011) bahwa salah satu kunci keberhasilan dalam membangun modal sosial tergantung pada kemampuan sekelompok orang dalam suatu asosiasi untuk melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial.

Partisipasi dalam jaringan yang baik pada saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dapat ditunjukkan dengan adanya inisiatif dari lembaga-lembaga pemasaran untuk bertukar pikiran terkait pemasaran tembakau dengan tujuan menjadikan pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi berubah lebih baik dan saling menguntungkan kedepannya. Cara terbaik untuk saling bertukar pikiran dalam jaringan sosial saluran pemasaran adalah dengan mengadakan pertemuan rutin kelompok tani maupun antar petani dan pedagang perantara. Dengan adanya pertemuan rutin akan mengkoordinasikan petani maupun lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi untuk saling memberikan sumbangannya berupa tenaga maupun pikiran dengan sebuah pokok-pokok bahasan pada setiap pertemuannya. Pertemuan rutin secara formal juga mampu mengemas secara rapi seluruh partisipasi yang dapat diberikan oleh lembaga-lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak ada pertemuan yang melibatkan petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk. Hal itu karena tidak ada yang mampu mengkoordinasi atau dengan kata lain tidak ada satupun petani yang berinisiatif untuk mengkoordinasikan kelompoknya agar saling memberikan sumbangan tenaga maupun pemikirannya

demikian menjadikan pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi lebih baik lagi. Kelompok tani di Desa Sumber Jeruk yang sudah ada bahkan tidak pernah mengkoordinasikan petani-petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dalam sebuah pertemuan rutin. Hal tersebut sesuai dengan yang Bapak bhr nyatakan:

“Petani Tembakau di Desa Sumber Jeruk tidak pernah melakukan pertemuan rutin. Kita bebas jalan sendiri-sendiri karena jika ingin mengadakan pertemuanpun tidak ada ketuanya. Kelompok tani disini hanya tinggal nama, ada ketua kelompoknya tetapi tidak pernah mengkoordinasikan petani.”

Bapak SMR merupakan salah satu petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Bapak SMR menyatakan bahwa tidak ada yang berinisiatif untuk mengadakan sebuah pertemuan rutin karena keberadaan ketua yang mengkoordinasikan dianggap peting namun pada kenyataannya ketua kelompok tani hanya digunakan sebagai sebuah formalitas dalam desa. Selain itu juga terdapat pernyataan dari salah satu blandang kecil sekaligus petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yaitu Bapak MRL:

“Tidak pernah ada pertemuan antara pedagang tembakau Voor Oogst (VO) Kasturi dengan petani di Desa Sumber Jeruk, namun apabila pertemuan antar pedagang memang ada setiap memasuki musim panen. Pedagang pengumpul yang mengadakan pertemuan semacam itu untuk membahas harga, kualitas, dan terkadang juga ada penyuluhan mengenai penggunaan pestisida untuk tanaman tembakau dalam rapat tersebut yang diberikan oleh tim penyuluh.”

Bapak MRL menyatakan bahwa tidak ada pertemuan rutin yang dilakukan oleh pedagang perantara dengan petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, berbeda dengan pedagang perantara yang kerap kali melakukan pertemuan rutin sebanyak setahun sekali saat memasuki musim panen. Pertemuan rutin tersebut memiliki pokok bahasan mengenai harga, kualitas, bahkan teknik aplikasi pestisida dalam budiaya tembakau. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa kemungkinan pedagang berinisiatif saling bertukar pikiran lebih besar dibanding petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi karena pedagang telah difasilitasi oleh adanya

pertemuan rutin setiap tahunnya sehingga terkoordinasi dalam melakukan pembelian tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari petani serta penjualan ke juragannya.

Meskipun tidak ada pertemuan rutin yang menghubungkan petani tembakau untuk saling bertukar pemikiran, namun antar sesama petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi memiliki inisiatif untuk saling bertukar pemikiran dengan cara saling bertukar informasi mengenai pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Informasi yang saling diberikan petani biasanya berupa informasi harga agar tidak dipermainkan harga oleh pedagang. Berikut merupakan pernyataan Bapak SH mengenai partisipasi yang dilakukan dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi:

“Petani yang tembakaunya sudah laku terlebih dahulu atau yang mendapat pengetahuan harga dari pihak lain biasanya memberi informasi kepada petani lainnya. Biasanya teman-teman petani juga memberi info mengenai blandang yang memberikan harga paling bagus. Jadi blandang tidak akan mudah untuk membodohi petani”.

Bapak SH merupakan salah satu petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk. Bapak SH menyatakan bahwa terdapat inisiatif antar sesama petani untuk saling bertukar informasi. Petani akan memberi informasi harga kepada petani yang lain saat tembakaunya sudah laku ditangan blandang kecil lebih dulu dari petani yang lainnya. Selain menginformasikan mengenai harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, petani juga saling bertukar informasi mengenai blandang kecil yang memberikan harga terbaik di Desa Sumber Jeruk.

Adanya tukar informasi harga yang dilakukan antar petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember, petani terbantu untuk menentukan pilihan menjual hasil panen. Petani juga tidak akan mudah dipermainkan harga oleh pedagang perantara dengan adanya inisiatif bertukar informasi tersebut. Pada umumnya petani tidak memiliki langganan tetap dalam menjual tembakau setengah keringnya, petani lebih memilih pedagang perantara yang membeli tembakaunya dengan harga yang dianggap paling mahal. Penjualan tembakau setengah kering yang diproduksi petani dengan harga tertinggi akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani, tukar

informasi harga antar petani terjadi hampir setiap hari pada musim panen tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi.

Kegiatan tukar-menukar informasi antar petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi terjadi saat petani sedang bersantai diteras rumah, berpapasan dengan sesama petani di jalan, atau pada saat pengajian, bukan pada sebuah pertemuan formal yang tidak pernah dilakukan petani di Desa Sumber Jeruk. Pertukaran informasi antar petani terjadi karena pasti terdapat perbedaan harga di antara blandang-blandang kecil yang ada di Desa Sumber Jeruk. Harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi setengah kering juga tidak pernah stabil pada setiap tahunnya karena keadaan cuaca yang selalu berubah serta adanya bencana alam gunung meletus.

Selain inisiatif berupa tukar-menukar informasi mengenai harga, bentuk lain dari partisipasi dalam jaringan adalah saling mengetahui atau mengenal lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi. Salah satu pernyataan dari seorang petani tembakau bernama Bapak BHR membuktikan adanya bentuk inisiatif berupa pengetahuan mengenai lembaga pemasaran:

“Blandang kecil pada pemasaran tembakau Kasturi di Desa Sumber Jeruk mencapai kurang lebih seratus orang. Ada tujuh orang blandang kecil yang tinggal di sekitar rumah saya diantaranya adalah SMH, MSD, SNL, INT, AGL, MNR, MHF, SD, dan SG. Saya menjual tembakau setengah kering ke blandang kecil karena lebih simple jika dibandingkan menjual ke pedagang pengumpul yang lokasinya di luar desa bahkan di luar Kalisat. Pedagang pengumpul tembakau memiliki gudang yang lokasinya di Mayang, Ajung, Sukowono, Pelalangan, dan Klompangan.”

Menurut Bapak BHR terdapat kurang lebih 100 blandang kecil di Desa Sumber Jeruk, namun tidak terdapat pedagang pengumpul yang gudangnya di dalam Desa Sumber Jeruk. Pedagang pengumpul tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi terdapat di Desa Ajung, Plalangan, Klompangan, Mayang, dan Sukowono. Perbedaan harga pembelian tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi setengah kering diperkuat dengan pernyataan salah satu petani bernama Bapak STN:

“Perbedaan harga antara blandang kecil pasti ada. Perbedaan itu biasanya antara Rp 100.00/kw – Rp 200.000/kw.”

Bapak STN merupakan salah satu petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang menjual dalam bentuk setengah kering atau jemuran 2-3 hari. Menurutnya terdapat perbedaan harga antar blandang pengumpul yang ada di Desa Sumber Jeruk.

Disisi lain blandang kecil dan pedagang pengumpul juga berpartisipasi dalam saluran pemasaran tembakau. Seorang blandang kecil bernama MNR membuktikan partisipasinya dengan cara mengetahui jumlah petani tembakau di Desa Sumber Jeruk. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan MNR:

“Seluruh petani di Desa Sumber Jeruk yang jumlahnya lebih dari 500 orang menanam tembakau semua apabila memasuki musimnya, di sekitar rumah saya saja ada puluhan orang yang juga menjadi langganan saya.”

Begitu pula dengan pedagang pengumpul yang mengenal seluruh blandang kecil anggota gudangnya. Hal tersebut terbukti dari pernyataan Bapak AND:

“Saya mengenal seluruh blandang kecil anggota gudang saya karena sudah langganan selama bertahun-tahun dan juga sering datang rapat setiap musim tembakau.”

Bentuk partisipasi jaringan lain yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah mengadakan pertemuan rutin dengan blandang kecil anggota, sedangkan gudang pembelian berpartisipasi dengan cara mengadakan pertemuan rutin dengan pedagang pengumpul. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan bapak AL:

“Setiap memasuki musim tembakau di gudang saya selalu diadakan pertemuan dengan blandang kecil anggota, begitu pula dengan gudang pembelian yang juga mengadakan pertemuan rutin dengan mengundang para pedagang pengumpul termasuk saya.”

2. Resiprositas

Selain unsur partisipasi dalam modal sosial, unsur lain yang senantiasa mewarnai modal sosial ialah resiprositas, yaitu kecenderungan saling tukar kebaikan antar individu dalam satu kelompok atau antar kelompok dalam suatu kehidupan bermasyarakat. Menurut Anggita (2013), definisi resiprositas atau

hubungan timbal balik merupakan hubungan saling membalas kebaikan satu sama lain. Terdapat dua parameter hubungan timbal balik yaitu yang pertama adalah adanya balasan terhadap suatu kebaikan seseorang baik berupa hal yang sama maupun berbeda secara sukarela, parameter kedua adalah adanya komunikasi dua arah antara pihak-pihak yang berkomunikasi dan berlangsung tanpa tekanan. Selain itu resiprositas menurut Damsar (2009) dibagi menjadi dua jenis, jenis resiprositas yang pertama ialah resiprositas sebanding dengan pengertian yang sama dengan pernyataan Anggita (2013). Jenis resiprositas kedua ialah resiprositas umum, yaitu kewajiban memberi atau membantu orang atau kelompok lain tanpa mengharapkan balasan langsung yang setara.

Seperti pada kehidupan masyarakat umumnya, petani tembakau juga memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan sosialnya. Selain rasa kepedulian antar petani tembakau, pedagang perantara juga memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan sosialnya, begitu pula dengan kepedulian antar petani dan pedagang perantara. Berikut merupakan uraian mengenai resiprositas dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk.

Bentuk resiprositas antar petani berupa saling membantu dengan cara memberikan informasi mengenai harga tembakau di tingkat blandang kecil. Berikut merupakan pernyataan dari Bapak AY mengenai resiprositas di kalangan petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk”

“Sesama petani tembakau saling membantu dalam memberikan informasi mengenai blandang kecil. Jadi petani-petani disini tidak kesulitan untuk mengetahui blandang kecil mana yang membeli dengan harga tertinggi”

Bapak AY merupakan salah satu petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Menurut Bapak AY bentuk saling membantu antar petani berupa tukar-menukar informasi mengenai harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi pada setiap blandang kecil yang melakukan pembelian pada petani.

Bentuk resiprositas yang lain dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember adalah adanya bantuan modal dari blandang kecil kepada petani dalam mengatasi

modal finansial, karena sebagian besar petani tembakau di Desa Sumber Jeruk mengalami kendala sosial saat memasuki musim tanam. Kendalah modal sosial yang terjadi pada petani tembakau sangat wajar melihat modal yang diperlukan untuk usahatani komoditas ini sangat besar. Dana yang dibutuhkan akan semakin besar saat hama menyerang secara besar-besaran karena biaya perawatan untuk membeli pestisida sangat tinggi. Berikut merupakan pernyataan dari Bapak SPY mengenai resiprositas antar petani dan blandang kecil:

“Petani di Desa Sumber Jeruk jarang mengalami kesulitan modal karena pinjaman untuk modal budidaya tembakau mudah didapatkan dari blandang kecil. Tidak jarang dari blandang kecil yang menawarkan modal kepada petani tembakau secara cuma-cuma tanpa ada bunga. Namun, petani yang sedang melakukan pinjaman biasanya terikat dengan blandang kecil tersebut. petani harus menjual seluruh tembakau setengah kering yang diproduksi ke pada blandang kecil tersebut dengan harga umum”.

Bapak SPY merupakan seorang petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Bapak SPY menyatakan bahwa petani tembakau di desanya jarang mengalami kesulitan dalam memperoleh modal karena blandang kecil seringkali menawarkan pinjaman modal kepada petani yang membutuhkan. Namun terdapat kekurangan dengan adanya peminjaman modal tersebut, petani harus menjual seluruh hasil panen dengan harga pasaran atau harga umum kepada blandang kecil yang telah memberikan pinjaman.

Modal finansial yang ditawarkan blandang kecil ke petani tembakau merupakan uang dari pedagang pengumpul atau juragan dari blandang kecil tersebut. Blandang kecil yang memberikan pinjaman kepada petani menentukan pengembalian modal finansial saat panen tembakau. Adanya saling membantu dalam permodalan tersebut membuat kedua pihak yaitu petani dan blandang kecil merasa sama-sama diuntungkan. Pihak petani diuntungkan karena tertolong saat mengalami kendala permodalan, sedangkan pihak blandang kecil diuntungkan karena mendapatkan suplai tembakau dari petani untuk disalurkan ke pedagang pengumpul.

Bentuk resiprositas peminjaman modal sosial sebenarnya melibatkan pihak petani, blandang kecil, dan pedagang pengumpul karena sumber modal finansial tersebut berasal dari pedagang pengumpul. Bentuk resiprositas yang terjadi antara petani dan blandang kecil dalam saluran pemasaran petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk adalah bentuk bantuan petani kepada blandang kecil dan sebaliknya dalam memasarkan tembakau ke pedagang pengumpul. Petani menitipkan tembakau setengah keringnya ke blandang kecil untuk dijual ke pedagang pengumpul. Blandang kecil diuntungkan karena tidak harus mengeluarkan modal finansialnya untuk membeli tembakau dari petani, biasanya pedagang mendapat untung dalam bentuk upah dari petani. Petani diuntungkan karena tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk menyalurkan tembakau ke pedagang pengumpul dan biasanya petani mendapat harga lebih tinggi daripada langsung dijual ke blandang kecil.

Bentuk resiprositas yang lain terjadi antar blandang kecil. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak MNR:

“Biasanya saya juga membantu blandang kecil lain yang tidak mendapatkan pasar. Saat di gudang milik juragan mereka sudah penuh, saya bantu jual ke gudang milik pedagang pengumpul yang lain. Namun biasanya saya mendapat upah dari hasil penjualan tersebut”.

Bapak MNR menyatakan bahwa ada kegiatan saling membantu antar blandang kecil. Blandang kecil membantu dalam memasarkan tembakau yang telah dibeli blandang kecil yang lain, namun belum mendapat pedagang pengumpul yang akan membeli tembakau tersebut. Blandang kecil yang dibantu akan memberi upah kepada blandang kecil lain yang membantunya. Pernyataan tersebut menunjukkan adanya saling tolong menolong atau timbal balik antar blandang kecil. Blandang kecil yang dibantu menjualkan produknya tertolong karena mendapatkan pasar, sedangkan blandang kecil yang membantu menjualkan mendapat timbal balik berupa upah.

Resiprositas antar blandang kecil dan pedagang pengumpul, serta antar pedagang pengumpul dan gudang pembelian ditunjukkan oleh pernyataan pedagang pengumpul yaitu Bapak AND sebagai berikut:

“Biasanya saya menyalurkan modal yang saya dapat dari gudang pembelian kepada petani. Modal tersebut saya salurkan melalui pedagang pengumpul. Syaratnya mudah, tanpa bunga namun tembakau hasil panen harus sampai ke tangan saya dan saya juga harus stor ke gudang pembelian yang memberi pinjaman itu”.

Berdasarkan penjelasan Bapak AND terbukti bahwa antar petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian saling menguntungkan. Petani diuntungkan dengan menerima modal finansial, sedangkan blandang kecil, pedagang pengumpul, dan gudang pembelian diuntungkan dengan menerima pasokan tembakau dari petani.

3. Kepercayaan

Rasa percaya adalah keinginan dalam mengambil resiko dalam hubungan sosial yang dilakukan dan didasari oleh keyakinan bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan yakin bahwa yang lain akan bertindak saling mendukung, serta tidak akan merugikan siapapun dalam kelompok. Menurut Riyanto, dkk. (2014), kepercayaan merupakan bentuk modal sosial yang dibangun berdasarkan hubungan masyarakat desa yang penuh dengan unsur kekeluargaan. Rasa kekeluargaan juga memberikan dampak pada setiap aktivitas yang dilakukan oleh semua anggota dalam suatu kelompok. Wujud aktivitas kekeluargaan dapat diwujudkan dalam bentuk kegiatan gotong royong yang menjadi dasar rasa kepercayaan antar anggota. Demikian pula dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk. Hubungan yang terjadi antar petani dan pedagang perantara serta antar pedagang perantara dan pedagang perantara. Hubungan yang terjadi antara petani dan pedagang ditunjukkan melalui transaksi tembakau setengah kering yang dihutang oleh blandang kecil dari petani. Hal ini diperkuat melalui pernyataan Bapak MNR:

“Tidak jarang saya menjualkan hasil panen petani berupa tembakau setengah kering ke pedagang pengumpul tanpa membeli terdahulu ke petaninya. Uang akan dibayar ke petani setelah tembakau setengah kering tersebut dibeli oleh pedagang pengumpul.”

Bapak MRL sebagai blandang kecil tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk mengaku sering menjualkan hasil panen tembakau milik petani

tanpa membayar terlebih dahulu. Bapak MRL membayar tembakau tersebut setelah pedagang pengumpul sudah membelinya dari Bapak MRL. Pernyataan dari Bapak MRL membuktikan bahwa ada rasa percaya dari petani kepada Bapak MRL dalam menjualkan tembakau setengah kering hasil produksinya tanpa dibayar terlebih dahulu.

Bentuk kepercayaan lain adalah mengenai pinjaman modal yang diberikan pedagang pengumpul kepada petani, melalui blandang kecil. Proses peminjaman modal tersebut hanya dilakukan pencatatan jumlah pinjaman tanpa ada perjanjian tertulis antara pedagang pengumpul, blandang kecil, dan petani. Hal ini dinyatakan oleh Bapak MSD sebagai blandang kecil di Desa Sumber Jeruk:

“Pinjaman modal finansial yang saya berikan ke petani pasti dibayar saat musim panen karena sifatnya terikat. Peminjaman modal tersebut tidak ada persyaratan khusus, baik antara saya dan petani maupun antara saya dan pedagang pengumpul sebagai sumber pemberi modal. Syaratnya hanya bayar tepat waktu saja dan dicatat jumlah peminjamannya”.

Bapak MSD menyatakan bahwa modal finansial yang diberikan ke petani memang sudah dipercayakan karena antara petani dan blandang kecil yang meminjamkan modal sudah terikat, artinya petani harus menjual hasil panen ke blandang kecil tersebut. Tidak ada persyaratan khusus dari blandang kecil kepada petani yang menerima peminjaman modal, begitu pula dari pedagang pengumpul sebagai sumber modal tersebut dipinjamkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat rasa percaya blandang kecil terhadap petani yang meminjam modal, di sisi lain petani juga menjaga kepercayaan yang telah diberikan blandang kecil dengan cara menepati janji dan membayar hutang modal finansial melalui penjualan tembakau setengah kering pada saat panen.

Kepercayaan antar lembaga pemasaran juga terjadi yaitu antar blandang kecil. Sama halnya dengan petani, blandang kecil biasanya juga kesusahan mendapatkan pasar karena stok tembakau terlalu penuh di pedagang pengumpul. Sesama blandang kecil biasanya menitipkan tembakau setengah kering yang telah dibeli dari petani kepada blandang kecil yang lain untuk dijualkan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Bapak MSK:

“Kalau saya susah menjual tembakau karena di juragan saya sudah penuh, biasanya saya titipkan saja ke teman blandang kecil yang lain untuk dijual di tempat lain. Tidak ada jaminan apa-apa saat blandang kecil membawa barang saya. Jika tembakau sudah laku blandang yang membantu tersebut akan membayar hasilnya kepada saya dan saya beri upah.”

Bapak MSK menyatakan bahwa pernah meminta bantuan kepada blandang kecil lain untuk memasarkan tembakau setengah kering yang telah dibeli dari petani karena di tingkat pedagang pengumpul atau juragannya sudah memenuhi stok. Tidak ada uang jaminan dari blandang kecil yang membawa tembakaunya untuk dijual. Bapak MSK akan mendapatkan uang setelah tembakau tersebut dibayar oleh pedagang pengumpul yang membelinya dan setelah itu blandang kecil yang membantu akan diberi upah. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat rasa percaya blandang kecil kepada blandang kecil yang lain karena tanpa ada jaminanpun mereka mempercayakan tembakaunya yang telah dibeli dari petani untuk dibawa blandang kecil yang membantu menjualkan tanpa adanya jaminan dari yang membawa.

Kepercayaan tidak hanya dimiliki oleh petani dan blandang kecil dalam saluran pemasaran tembakau, namun juga dimiliki oleh pedagang pengumpul maupun gudang pembelian. Hal tersebut dibuktikan dari pernyataan salah satu pedagang pengumpul bernama Bapak AL:

“Gudang pembelian selalu memasrahkan modal untuk petani kepada anggota gudangnya termasuk saya, karena saya sudah menjadi orang dalam disana. Begitu juga saya yang memasrahkan modal itu kepada blandang kecil anggota gudang saya sebagai penyalur ke petani. Jadi disini sistimnya saling percaya lah”.

Bapak AL menyatakan bahwa terdapat kepercayaan dalam dirinya sebagai pedagang pengumpul kepada blandang kecil yang bertugas menyalurkan modal finansial kepada petani, selain itu Bapak AL juga mendapat kepercayaan dari gudang pembelian sebagai sumber pemberian modal untuk petani.

4. Norma Sosial

Norma sosial berperan dalam mengontrol berbagai bentuk perilaku yang tumbuh dalam suatu kelompok. Norma sosial biasanya mengandung sanksi sosial yang berfungsi untuk mencegah individu berbuat sesuatu yang menyimpang. Norma-norma biasanya berupa aturan-aturan yang tidak tertulis namun sangat dipahami oleh anggota kelompok. Menurut Riyanto, dkk. (2014), norma sosial dalam berdagang dijadikan sebuah kontrol untuk mengatur subjek yang saling berinteraksi (berdagang). Pengaturan tersebut bertujuan agar tidak terjadi kecurangan antar pedagang atau antar petani dan pedagang dalam berdagang.

Norma-norma dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk dilihat dari adanya aturan dalam memasarkan tembakau anatara lain jika melakukan pinjaman kepada blandang kecil berarti harus menjual hasil panennya kepada blandang kecil tersebut, petani yang terikat karena peminjaman modal tersebut tidak keberatan karena sebelumnya sudah tertong oleh pinjaman modal tersebut karena harga tembakau setenagh kering yang dibeli masih dibayar dengan harga umum oleh blandang kecil. Berikut merupakan pernyataan dari petani sekaligus blandang kecil yang bernama Bapak SPY mengenai hal tersebut:

“Petani tidak akan bisa lari dari pinjaman modal yang telah diberikan karena kalau sudah panen pasti memberikan seluruh hasil panen kepada blandang kecil yang telah meminjamkan modal. Tidak masalah jika harus terikat menjual hasil penaeen ke blandang kecil setelah melakukan pinjaman modal karena tembakaunya juga akan dibayar dengan harga umum yang tidak terlalu rendah.”

Bapak SPY menyatakan bahwa petani yang melakukan pinjaman modal kepada blandang kecil pasti mebayar dengan cara memberikan seluruh hasil panen tembakau berupa setengah kering. Petani yang terlibat hutang juga tidak keberatan dengan adanya ikatan tersebut, karena hari beli tembakau dari blandang kecil merupakan harga umum yang tidak terlalu rendah. Hal tersebut membuktikan bahwa petani selalu bertanggung jawab akan modal finansial yang dipinjam dari blandang kecil.

Tidak ada aturan yang tertulis dalam peminjaman modal finansial dari petani ke blandang kecil. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Bapak MRL:

“Tidak ada aturan tertulis saat saya meminjamkan modal ke petani, namun apabila petani melanggar kontrak, maka tidak akan diberi pinjaman lagi. Jika saya yang meminjam ke blandang kecil masih ada toleransi untuk membayar di musim berikutnya.”

Bapak MRL sebagai blandang kecil menyatakan bahwa tidak ada aturan tertulis saat petani meminjam modal finansial. Petani yang tidak memenuhi persyaratan atau tidak membayar dengan cara menjual seluruh hasil panen ke blandang, maka tidak akan diberi pinjaman lagi di musim berikutnya.

Norma sosial dalam saluran pemasaran tembakau di Desa Sumber Jeruk juga dapat ditunjukkan dari pernyataan salah satu pedagang pengumpul yang bernama Bapak AND berikut ini:

“Dengan adanya peminjaman modal dari gudang pembelian ke petani membuat urusan semakin lancar. Petani tidak akan keberatan menjual tembakaunya kepada blandang kecil atau anak buah saya, sehingga saya juga mendapatkan barang, begitu juga dengan saya yang juga tidak keberatan jika harus menjual tembakau ke gudang pembelian yang sudah meminjamkan modal untuk petani tersebut. Jadi semuanya harus taat peraturan.”

Selain itu juga terdapat aturan bagi pedagang pengumpul dan gudang pembelian dalam berbisnis, yaitu mereka harus memiliki surat perizinan dari pemerintah. Hal itu seseui dengan pernyataan dari salah satu blandang kecil yaitu Bapak AL:

“Kalau pedagang pengumpul seperti saya ya sama dengan gudang, buka usaha harus izin dulu ke pemerintah daerah, baru bisa berbisnis setelah mendapatkan surat perizinan usaha”

5. Nilai

Nilai adalah sesuatu yang dianggap baik dan juga sesuatu yang dianggap buruk oleh masyarakat serta dianut dalam kehidupan bermasyarakat. Cara menentukan sesuatu dikatakan baik atau buruk harus melalui proses menimbang dan sangat dipengaruhi oleh kebudayaan dalam masyarakat yang mengutamakan nilai-nilai. Menurut Hasbullah (2006) dalam Dewi (2011) nilai merupakan

sesuatu yang dianggap besar dan penting oleh anggota masyarakat. Modal sosial yang kuat ditentukan oleh konfigurasi yang tercipta pada suatu kelompok masyarakat. Jika suatu kelompok memberikan bobot yang tinggi pada nilai-nilai, maka kelompok tersebut cenderung lebih cepat berkembang dan maju dibandingkan kelompok yang menghindari nilai-nilai dalam masyarakat.

Salah satu nilai dalam pemasaran tembakau ialah kejujuran. Kejujuran dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk salah satunya dinyatakan oleh seorang blandang yaitu Bapak SMH:

“Petani tembakau di Desa Sumber Jeruk jujur mengenai kualitas tembakau setengah kering yang dijual. Tidak pernah menutup-nutupi dan tidak pernah curang.”

Menurut Bapak SMH, petani tembakau di Desa Sumber Jeruk jujur dalam memasarkan tembakau setengah kering yang diproduksi. Tidak pernah curang maupun menutup-nutupi mengenai kualitas tembakau setengah kering yang dijual kepada blandang kecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk terdapat nilai kepercayaan yang di anut masyarakat.

Nilai tanggung jawab juga dipegang teguh dalam peminjaman modal yang dilakukan oleh petani kepada blandang kecil. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak MSD sebagai blandang kecil:

“Jika petani melakukan peminjaman modal pasti terbayar dengan hasil panen tembakaunya. Petani tidak pernah melanggar kontrak yang sudah dibuat saat melakukan pinjaman.”

Bapak MSD mengatakan bahwa petani selalu bertanggung jawab untuk mengembalikan modal yang dipinjam dari blandang kecil. Petani membayar dengan cara menetapi kontrak yang sudah dibuat yaitu menjual seluruh hasil panen kepada blandang kecil yang memberi pinjaman modal. Tembakau yang dibeli blandang kecil dibayar dengan harga umum dan dipotong sejumlah pinjaman petani.

Sangat disayangkan bahwa nilai kejujuran serta keterbukaan blandang kecil sangat rendah. Hal itu dibuktikan dari wawancara petani tembakau yaitu Bapak SMH:

“Kebanyakan pedagang tembakau tidak akan terbuka mengenai harga yang sebenarnya di tingkat gudang pembelian. Mereka kan biasanya tahu dari juragannya, namun jika terlalu terbuka kepada petani tidak akan mendapatkan untung banyak.”

Menurut Bapak SMH pedagang tembakau tidak terbuka mengenai harga yang sebenarnya di tingkat gudang pembelian. Menurutnya apabila pedagang jujur, maka para pedagang tidak akan mendapat untung yang banyak dari hasil penjualan tembakau. Meskipun kurang terbuka masalah harga, blandang kecil tetap jujur terkait dengan kualitas tembakau yang dibelinya dari petani. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak ISW sebagai petani:

“Kalau masalah kualitas tembakau pedagangnya jujur karena petani juga memahami berbagai macam kualitas tembakau, jadi tidak bisa dibohongi”

Nilai kejujuran tidak hanya dianut oleh blandang kecil dan petani, namun juga dianut oleh pedagang pengumpul maupun gudang pembelian. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari salah satu pedagang pengumpul bernama Bapak AND:

“blandang kecil anggota gudang saya jujur jika terkait kualitas tembakau yang dibelinya dari petani, tidak pernah mengada-ada. Begitupun dengan saya yang harus jujur ke blandang dan gudang pembelian kalau sudah menyangkut kualitas. Kalau mengenai kualitas tembakau kan tidak bisa dibuat-buat karena semua sudah tahu, apalagi jika sudah mau masuk gudang pembelian. Saya tidak bisa berbohong, gudang juga tidak akan bohong mengenai kualitas tembakau yang saya pasok”.

Pernyataan Bapak AND membuktikan bahwa tidak ada kebohongan mengenai kualitas tembakau antar blandang kecil, pedagang pengumpul, maupun gudang pembelian karena seluruh pihak sudah paham mengenai kualitas tembakau yang dijual dan dibeli.

6. Tindakan Proaktif

Tindakan proaktif adalah tindakan yang dimiliki oleh anggota suatu kelompok untuk selalu berpartisipasi secara aktif ikut serta dalam kegiatan kelompoknya yang dilakukan demi kebaikan seluruh anggota kelompok atau masyarakat. Menurut Hasbullah (2006) dalam Dewi (2011), tindakan proaktif merupakan keinginan yang kuat dari anggota dalam suatu kelompok dalam berpartisipasi dan mencari jalan keterlibatan mereka dalam suatu kegiatan pada kelompoknya. Anggota kelompok yang memiliki tindakan proaktif selalu melibatkan diri dan mencari kesempatan yang dapat memperkaya tidak hanya materil namun juga hubungan sosial serta menguntungkan kelompok tanpa merugikan orang lain. Beberapa tindakan proaktif dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk adalah terbentuknya anggota blandang kecil dalam suatu gudang milik pedagang pengumpul. Salah satu pedagang pengumpul bernama Bapak AND menyatakan sebagai berikut:

“Anggota blandang kecil di gudang terbentuk agar mudah manajemen pada musim panen serta mempermudah untuk mengatur pendistribusian modal yang nantinya akan diberikan kepada petani.”

Bapak AND menyatakan bahwa adanya blandang-blandang kecil yang menjadi anggota gudang miliknya bertujuan untuk mempermudah manajemen pembelian tembakau dari petani pada musim panen, selain itu juga untuk mengatur dengan baik pendistribusian modal yang diberikan olehnya untuk petani tembakau melalui blandang kecil anggotanya. Sedangkan tindakan proaktif dari sisi blandang kecil ditinjau dari keikutsertaannya dalam pertemuan rutin yang diadakan oleh gudang atau juragan mereka. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak MNR sebagai blandang kecil:

“Saya selalu hadir jika ada rapat rutin setiap memasuki musim tembakau di gudang juragan saya. Kalau tidak hadir nanti saya tidak tahu harga”

Tindakan proaktif yang lain dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk adalah inisiatif dari pedagang pengumpul maupun gudang pembelian untuk mengadakan pertemuan terkait *share* harga dan

kualitas harga kopi. Berikut merupakan pernyataan dari Bapak AL terkait tindakan proaktif tersebut:

“Pada saat menjelang musim panen biasanya diadakan pertemuan antar blandang kecil anggota dan pedagang pengumpul untuk membahas harga tembakau yang ditetapkan oleh gudang penjualan dan harga pembelian kepada petani. Selain itu dalam pertemuan juga membahas mengenai kualitas tembakau yang harus dibeli blandang kecil dari petani sesuai dengan permintaan gudang. Sebelum itu saya sebagai pedagang pengumpul yang juga menjadi anggota gudang pembelian menghadiri terlebih dahulu pertemuan di gudang pembelian. Pertemuan tersebut membahas tema yang sama seperti di gudang saya, namun yang mengadakan adalah pemilik gudang pembelian”.

Bapak AL merupakan salah satu pedagang pengumpul di Mayang yang membeli dan mengolah tembakau setengah kering dari beberapa petani di Desa Sumber Jeruk. Bapak AL menyatakan bahwa diadakan pertemuan antar pedagang pengumpul dan blandang-blandang kecil anggotanya untuk membahas *share* harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi, selain itu juga terkait kualitas tembakau yang harus dibeli blandang kecil dari petani dengan ketentuan dari gudang. Sebelumnya, Bapak AL terlebih dahulu menghadiri pertemuan rutin yang diadakan di gudang pembelian karena telah menjadi anggota pedagang didalamnya.

V. PENUTUP

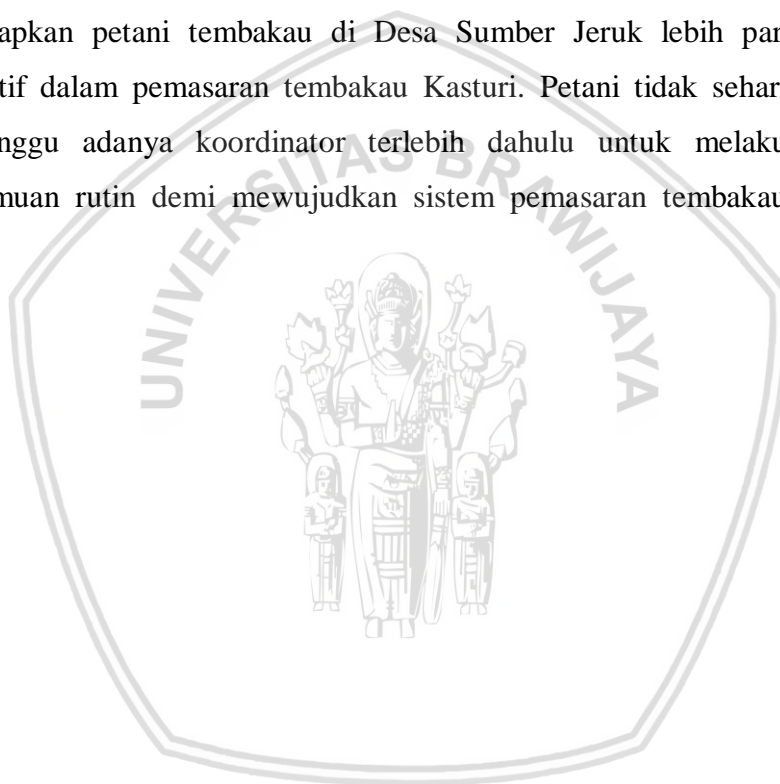
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian modal dan saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang bertujuan untuk mengetahui saluran, margin, dan modal sosial pemasarannya, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat dua saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. Saluran pemasaran I terdiri dari petani – blandang kecil – pedagang pengumpul – gudang pembelian, sedangkan saluran pemasaran II terdiri dari petani sekaligus blandang kecil – pedagang pengumpul – gudang pembelian. Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling tepat diterapkan karena melibatkan lebih sedikit lembaga pemasaran daripada jumlah lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I.
2. Nilai margin pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember pada saluran pemasaran I sebesar Rp 29.000/kg, sedangkan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 27.000/kg. Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling tepat diterapkan karena memiliki nilai margin lebih rendah daripada nilai margin pada saluran pemasaran I.
3. Unsur modal sosial yang paling dominan dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yaitu resiprositas atau kecenderungan untuk saling membalas kebaikan antar lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk mulai dari petani, blandang kecil, pedagang pengumpul, maupun gudang pembelian. Resiprositas menjadikan seluruh lembaga pemasaran tembakau saling menguntungkan dan tidak ada yang dirugikan.

5.2 Saran

1. Seharusnya seluruh petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember memilih untuk sekaligus menjadi blandang kecil sehingga secara tidak langsung akan mengurangi nilai margin pemasaran yang didapatkan oleh petani
2. Seharusnya petani memanfaatkan keberadaan kelompok tani yang telah dibentuk untuk mewujudkan sistem pemasaran tembakau yang lebih baik. Hal itu sangat perlu dilakukan melihat komoditas tembakau adalah komoditas andalan di Desa Sumber Jeruk.
3. Diharapkan petani tembakau di Desa Sumber Jeruk lebih partisipatif dan proaktif dalam pemasaran tembakau Kasturi. Petani tidak seharusnya hanya menunggu adanya koordinator terlebih dahulu untuk melakukan sebuah pertemuan rutin demi mewujudkan sistem pemasaran tembakau yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, T. 2013. Dukungan Modal Sosial dalam Kolektivitas Usaha Tani untuk Mendukung Kinerja Produksi Pertanian Studi Kasus: Kabupaten Karawang dan Subang. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* 24 (3)
- Asmarantaka, W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., Rosiana, N. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia* 5 (2)
- Baksh, R. 2013. Deskripsi Modal Sosial Masyarakat di Desa Ekowisata Tambaksari. *J. Agroland* 19 (3)
- BPS Kabupaten Jember. 2014. Luas Panen, Produktivitas, dan Total Produksi Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi Menurut Kecamatan Tahun 2013. Badan Pusat Statistik.
- Damsar dan Indrayani. 2009. Pengantar Sosiologi Ekonomi. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Dewi, R. K. 2011. Modal Sosial Subak sebagai Energi Sosial dalam Pembangunan Pertanian di Perkotaan. *DwijenAGRO* 2 (1)
- Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur. 2013. Mekanisasi Pengolahan Tanah dan Pasca Panen Tembakau Kasturi. Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur, Surabaya.
- Efrizal Y., Nurung M., Mulyasari G. 2011. Analisis Pendapatan, Efisiensi, dan Pemasaran Semangka (*Citrullus vulgaris*) di Kampung Tempuran Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah
- Febriyanto, N. 2013. Saluran Pemasaran dan Modal Sosial Petani Kopi di Desa Kemiri Kecamatan Panti Kabupaten Jember. SP. Skripsi. Universitas Jember.
- Harker, R., Cheelen, M., Crish, W. 1990. *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu: The Practice Theory*. The Macmillan Press Ltd. London.
- Hendaryati, D. D., Arianto, Y. 2016. Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017 Tembakau. Direktorat Jendral Perkebunan. Jakarta.
- Jannah, R. Z., Subagja, H., Rujito, H. 2015. Optimalisasi Kinerja Rantai Pasokan dan Rantai Nilai Tembakau Kasturi (*Voor Oogst*) di Kabupaten Jember. *Jurnal Teknologi Petanian* 16 (1)
- Lendesang, Y. 2014. Analisis Modal Sosial pada Komunitas Anak Jalanan di Pasar Pagi Kota Samrinda Kalimantan Timur. *E-Journal, Ilmu Sosiatri* 2 (2)
- Miao, S., Heijiman, W., Zhu, X., dan Lu, Q. 2015. *Social Capital Influences Farmer Participation in Collective Irrigation Management in Shaanxi Province, China*. *China Agricultural Economic Review* 7 (3)
- Moleong, L. J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.

- Mudita, K. 2008. Saluran dan Marjin Pemasaran Tembakau Rakyat: Kasus Subak Cengcengan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *DwijenAGRO* 2 (2)
- Nuridin, D. 2010. *Trust Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Qalam. Yogyakarta.
- Passlamanto, H., Nurhayati, P., Diatin, I. 2006. Analisis Efisiensi Pemasaran Karang Hias di Pulau Panggang, Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu. *Buletin Ekonomi Perikanan* 6 (2)
- Portes, A. 2010. *Economic Sociology*. Princeton University Press. United Kingdom.
- Rahman, A. L., Asturi, E. S., Saifi, M. 2016. Analisis Pelaksanaan Pemeriksaan Pajak dalam Pencapaian Target Penerimaan Pajak. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)* 9 (1)
- Riyanto, S., Hidayat, K., Sukei, K. 2014. Modal Sosial dalam Komunitas Pedagang Sayuran di Desa Tawang Argo Kecamatan Karang Ploso Kab. Malang. *Habitat* 25 (2)
- Sekretaris Desa Sumber Jeruk. 2015. Keadaan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.
- Siregar, A. Z. 2016. Literasi Inventarisasi Hama dan Penyakit Tembakau Deli di Perkebunan Sumatera Utara. *Jurnal Pertanian Tropik* 3 (3)
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Soemodihardjo dan Haryanto. 2002. *Perbedaan dan Variabilitas Harga Produk Pertanian*. Universitas Jember Press. Jember.
- Soependi, I. Y., dan Arianto, Y. 2015. *Statistik Perkebunan Indonesia 2013-2015 Tembakau*. Direktorat Jendral Perkebunan. Jakarta.
- Sudiasih, N. W. Y. 2015. Analisis Komparatif Terhadap Pendapatan Petani dan Penampilan Pasar Tembakau Kasturi Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. SP. Skripsi. Universitas Jember.
- Suharyanto, Parwati, I. A. P., Rinaldi, J. 2005. *Analisis dan Tataniaga Anggur di Bali*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Bali
- Syahyuti. 2008. Peran Modal Sosial (*Social Capital*) dalam Perdagangan Hasil Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 26 (1)
- Woolcock, M., Narayan, D. 2000. *Social Capital: Implication for Development Theory, Research, and Policy*. *The World Bank Research Observer* 15 (2)



LAMPIRAN

Lampiran 1. Data I Informan Petani Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Umur	Alamat		Pendidikan	Pekerjaan		Luas Lahan (ha)	Lama Usahatani (thn)	Tujuan Penjualan	Bentuk Penjualan
			Dusun	Desa		Utama	Sampingan				
1	NH	31	Karangpring	Sumber Jeruk	SMA	Produsen kerupuk	Petani	0,2	16	Blandang Kecil	Setengah kering
2	SH	73	Karangpring	Sumber Jeruk	SD	Petani	-	0,3	53	Blandang Kecil	Setengah kering
3	SMR	36	Krajan	Sumber Jeruk	SD	Petani	Pedagang	0,01	20	Blandang Kecil	Setengah kering
4	BHR	65	Krajan	Sumber Jeruk	SMP	Petani	Peternak	0,85	40	Blandang Kecil	Setengah kering
5	STN	56	Krajan	Sumber Jeruk	SD	Petani	Buruh	0,25	40	Blandang Kecil	Setengah kering
6	ISW	54	Krajan	Sumber Jeruk	SMA	Teknisi	Petani	1,5	10	Blandang Kecil	Setengah kering
7	SPY	46	Krajan	Sumber Jeruk	SMA	Petani	Pedagang	0,2	25	Blandang Kecil	Setengah kering
8	AY	62	Karangpring	Sumber Jeruk	SD	Petani dan Pedagang	-	2	42	Blandang Kecil	Setengah kering

Lampiran 2. Data I Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus Petani Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Umur	Alamat		Pendidikan	Pekerjaan		Luas Lahan (ha)	Lama Usahatani (thn)	Tujuan Penjualan	Bentuk Penjualan
			Dusun	Desa		Utama	Sampingan				
1	MSD	43	Karangpring	Sumber Jeruk	SD	Petani dan Pedagang	-	0,3	1	Pedagang Pengumpul	Setengah kering
2	MRL	55	Krajan	Sumber Jeruk	SD	Petani dan Pedagang	Peternak	1	40	Pedagang Pengumpul	Setengah kering

Lampiran 3. Data I Informan Pedagang (Blandang Kecil) Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Umur	Alamat		Pendidikan	Pekerjaan		Lama Menjadi Pedagang (Tahun)	Asal Pembelian
			Dusun	Desa		Utama	Sampingan		
1	MNR	39	Krajan	Sumber Jeruk	SMA	Pedagang	Wiraswasta	8	Petani Sumber Jeruk
2	SMH	46	Karangpring	Sumber Jeruk	SMP	Pedagang	Wiraswasta	20	Petani Sumber Jeruk
3	MSK	52	Karangpring	Sumber Jeruk	SD	Pedagang	Wiraswasta	11	Petani Sumber Jeruk

Lampiran 4. Data I Informan Pedagang (Pengumpul) Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Umur	Alamat	Pendidikan	Pekerjaan		Lama Menjadi Pedagang (Tahun)	Asal Pembelian
					Utama	Sampingan		
1	AND	38	Plalangan	SMA	Pedagang	-	18	Petani dan blandang di Kalisat, Mayang, Sukowono
2	AL	48	Mayang	SMA	Pedagang	-	30	Petani dan blandang di Kalisat, Mayang, Sukowono

Lampiran 5. Data II Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus Petani Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Hasil Produksi (kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)
1	NH	0,2	700	27000	18900000
2	SH	0,3	1000	27000	27000000
3	SMR	0,1	400	27000	10800000
4	BHR	0,85	2500	27000	67500000
5	STN	0,25	1000	27000	27000000
6	ISW	1,5	4000	27000	108000000
7	SPY	0,2	800	25000	20000000
8	AY	2	6000	27000	162000000

Lampiran 6. Data II Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus Petani Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Bentuk Pembelian	Tujuan Penjualan	Bentuk Penjualan	Lama Menjadi Pedagang (thn)	Asal Pembelian
1	MSD	Setengah kering	Gudang Pembelian	Setengah kering	10	Petani Desa Kemuningsari Lor
2	MRL	Setengah kering	Pedagang Pengumpul	Setengah kering	30	Petani Desa Kemuningsari Lor

Lampiran 7. Data II Informan Pedagang (Blandang Kecil) Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO)
Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Bentuk Pembelian	Tujuan Penjualan	Bentuk Penjualan
1	MNR	setengah kering	Pedagang Pengumpul	setengah kering
2	SMH	setengah kering	Pedagang Pengumpul	setengah kering
3	MSK	setengah kering	Pedagang Pengumpul	setengah kering

Lampiran 8. Data II Informan Pedagang (Pengumpul) Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO)
Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No.	Nama	Bentuk Pembelian	Tujuan Penjualan	Bentuk Penjualan
1	AND	setengah kering	Gudang pembelian	untingan
2	AL	setengah kering	Gudang pembelian	untingan

Lampiran 9. Data III Informan Pedagang (Blandang Kecil) sekaligus
Petani Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi
di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat
Kabupaten Jember

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Hasil Produksi (kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Penerimaan (Rp)
1	MSD	0,3	1000	28000	28000000
2	MRL	1	3000	28000	84000000

Lampiran 10. Saluran Pemasaran I Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No	Petani	Hasil Produksi (kg)	Blandang Kecil	Harga Beli (Rp/kg)	Jumlah Pembelian	Biaya Transportasi (Rp/kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/kg)	Biaya Packing (Rp/kg)	Pedagang Pengumpul	Harga Beli (Rp/kg)	Jumlah Pembelian	Biaya Transportasi	Biaya Tenaga Kerja (Rp/kg)	Gudang dan tempat penjemuran	Bambu penjemuran	Biaya Packing (Rp/kg)	Gudang Pembelian	Harga Beli (Rp/kg)	Jumlah Pembelian
1	NH	700	MSD	25000	700	150	25	1,29	AL	28000	700	200	50	1000	333,33	1,29	Sampoerna	55000	200
2	SH	1000	MNR	27000	1000	150	25	1,29	AND	30000	1000	200	50	1000	333,33	1,29	Djarum Super	56000	200
3	SMR	400	MNR	27000	400	150	25	1,29	AND	30000	400	200	50	1000	333,33	1,29	Djarum Super	56000	200
4	BHR	2500	MNR	27000	2500	150	25	1,29	AND	30000	2500	200	50	1000	333,33	1,29	Djarum Super	56000	200
5	STN	1000	MNR	27000	1000	150	25	1,29	AND	30000	1000	200	50	1000	333,33	1,29	Djarum Super	56000	200
6	ISW	4000	SMH	27000	4000	150	30	1,29	AND	30000	4000	200	50	1000	333,33	1,29	Djarum Super	56000	200
7	SPY	800	MRL	25000	800	150	23,33	1,29	AL	28000	800	200	50	1000	333,33	1,29	Sampoerna	55000	200
8	AY	6000	MSK	27000	6000	150	23,33	1,29	AL	30000	6000	200	50	1000	333,33	1,29	Sampoerna	55000	200

Lampiran 11. Saluran Pemasaran II Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

No	Petani	Hasil Produksi (kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	Biaya Tenaga Pengangkut (Rp/kg)	Biaya Packing (Rp/kg)	Pedagang Pengumpul	Harga Beli (Rp/kg)	Jumlah Pembelian	Biaya Tenaga Kerja (Rp/kg)	Gudang dan tempat penjemuran	Bambu penjemuran	Biaya Packing (Rp/kg)	Gudang Pembelian	Harga Beli (Rp/kg)
1	MSD	1000	150	23,33	1,29	AL	28000	1000	50	1000	333,33	1,29	Sampoerna	55000
2	MRL	3000	150	23,33	1,29	AL	28000	3000	50	1000	333,33	1,29	Sampoerna	55000

Lampiran 12. Analisis Marjin Pemasaran Tembakau Kasturi *Voor Oogst* (VO)
Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten
Jember

1. Marjin Pemasaran

$$a. MP = \sum Bi + \sum Ki \text{ atau } MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran (Rp/kg)

$\sum Bi$ = Jumlah biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran
(Rp/kg)

$\sum Ki$ = Jumlah keuntungan yang diterima lembaga-lembaga pemasaran
(Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga pemasaran tujuan pemasaran dari petani
(Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat produsen yang diambil dari rata-rata harga jual di
tingkat petani produsen (Rp/kg).

$$b. M \text{ total} = M1 + M2 + M3 + \dots Mn$$

$$c. Dm_i = \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\%$$

Keterangan:

Dm_i = Distribusi marjin lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

M_i = Marjin pemasaran lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

M_{total} = Total marjin pemasaran (Rp/kg).

2. *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-j

$$a. SK_j = \frac{\pi_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$\pi_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - C_{ij}$$

$$b. Sb_{ij} = \frac{C_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$C_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij}$$

Keterangan:

SK_j = Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j (%)

π_{ij} = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat pengecer (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

H_{jj} = Harga jual lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

H_{bj} = Harga beli lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

S_{bij} = Bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (%)

C_{ij} = Biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg).

3. Persentase keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan pada masing-masing saluran pemasaran

$$\% \pi = \frac{\pi_{ij}}{C_{ij}} \times 100\%$$

Keterangan:

% π = Persentase keuntungan

π_{ij} = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg)

C_{ij} = Biaya untuk pelaksanaan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp/kg).

4. *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima oleh petani

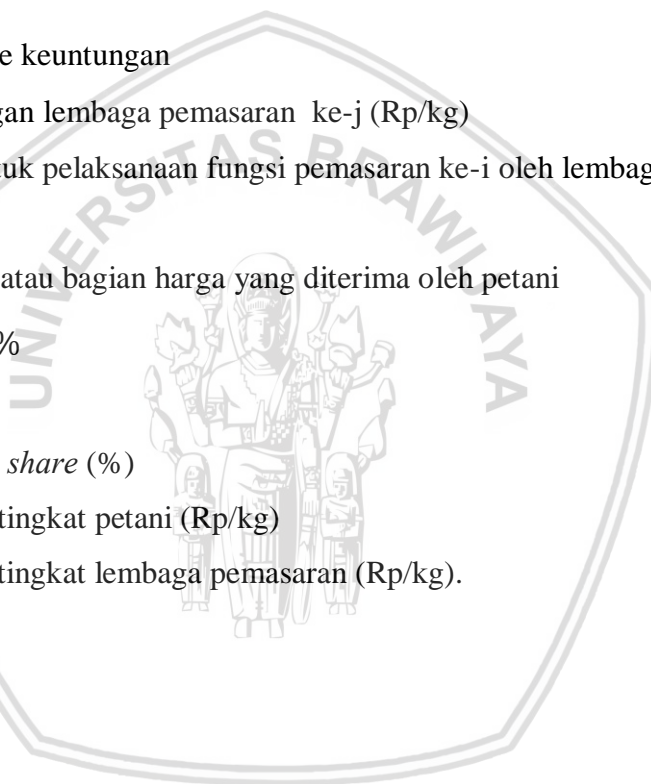
$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

F_s = *Farmer's share* (%)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg).



I. Saluran Pemasaran I

1. Marjin Pemasaran

a. M_i

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Blandang Kecil} &= Pr - Pf \\
 &= 30.000 - 27.000 \\
 &= 3000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Pedagang Pengumpul} &= Pr - Pf \\
 &= 56.000 - 30.000 \\
 &= 26.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 b. M \text{ total} &= M_1 + M_2 \\
 &= 3000 + 26.000 \\
 &= 29.000
 \end{aligned}$$

c. Dm_i

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Blandang Kecil} &= \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\% \\
 &= \frac{3000}{29.000} \times 100\% \\
 &= 5,08\%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Pedagang Pengumpul} &= \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\% \\
 &= \frac{26.000}{29.000} \times 100\% \\
 &= 94,92\%
 \end{aligned}$$

2. *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-ja. π_{ij}

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Blandang kecil} &= H_{jj} - H_{bj} - C_{ij} \\
 &= 30.000 - 27.000 - (150 + 25 + 1,29) \\
 &= 30.000 - 27.000 - 176,29 \\
 &= 2823,71
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Pedagang pengumpul} &= H_{jj} - H_{bj} - C_{ij} \\
 &= 56.000 - 30.000 - (50 + 1000 + 333,33 + 1,29) \\
 &= 56.000 - 30.000 - 1583,33 \\
 &= 24.416,67
 \end{aligned}$$

b. SKj

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Blandang kecil} &= \frac{\pi_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\% \\
 &= \frac{2823,71}{56.000 - 27.000} \times 100\% \\
 &= 9,74
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Pedagang pengumpul} &= \frac{\pi_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\% \\
 &= \frac{24.416,67}{56.000 - 27.000} \times 100\% \\
 &= 84,20
 \end{aligned}$$

c. Cij

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Blandang kecil} &= H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij} \\
 &= 30.000 - 27.000 - 2823,71 \\
 &= 176,29
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Pedagang pengumpul} &= H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij} \\
 &= 56.000 - 30.000 - 24.416,67 \\
 &= 1583,33
 \end{aligned}$$

d. Sbij

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Blandang kecil} &= \frac{C_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\% \\
 &= \frac{176,29}{56.000 - 27.000} \times 100\% \\
 &= 0,61
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Pedagang pengumpul} &= \frac{C_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\% \\
 &= \frac{1583,33}{56.000 - 27.000} \times 100\% \\
 &= 5,46
 \end{aligned}$$

II. Saluran Pemasaran II

1. Marjin Pemasaran

a. Mi

$$\begin{aligned}
 \text{Pedagang Pengumpul} &= Pr - Pf \\
 &= 55.000 - 28.000 \\
 &= 27.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{b. M total} &= Mi \\
 &= 27.000
 \end{aligned}$$

c. Dm_i

$$\begin{aligned}\text{Pedagang Pengumpul} &= \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\% \\ &= \frac{27.000}{27.000} \times 100\% \\ &= 100\%\end{aligned}$$

2. *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-j

a. π_{ij}

$$\begin{aligned}\text{Pedagang pengumpul} &= H_{jj} - H_{bj} - C_{ij} \\ &= 55.000 - 28.000 - (50 + 1000 + 333,33 + 1,29) \\ &= 55.000 - 28.000 - 1583,33 \\ &= 25.415,38\end{aligned}$$

b. SK_j

$$\begin{aligned}\text{Pedagang pengumpul} &= \frac{\pi_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\% \\ &= \frac{25.415,38}{55.000 - 28.000} \times 100\% \\ &= 94,13\%\end{aligned}$$

c. C_{ij}

$$\begin{aligned}\text{Pedagang pengumpul} &= H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij} \\ &= 55.000 - 28.000 - 25.415,38 \\ &= 1584,62\end{aligned}$$

d. Sb_{ij}

$$\begin{aligned}\text{Pedagang pengumpul} &= \frac{C_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\% \\ &= \frac{1584,62}{55.000 - 28.000} \times 100\% \\ &= 5,13\end{aligned}$$

3. Persentase keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan pada masing-masing saluran pemasaran (% π)

$$\begin{aligned}\text{Pedagang Pengumpul} &= \frac{\pi_{ij}}{C_{ij}} \times 100\% \\ &= \frac{94,13}{5,13} \times 100\% \\ &= 18,36\%\end{aligned}$$

4. *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima oleh petani (Fs)

$$\begin{aligned}
 \text{Pedagang Pengumpul} &= \frac{\pi_{ij}}{c_{ij}} \times 100\% \\
 &= \frac{28.000}{55.000} \times 100\% \\
 &= 50,91\%
 \end{aligned}$$

Lampiran 13. Nilai Distribusi Marjin, *Market Share*, dan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017

No.	Keterangan	Rp/kg	Distribusi Marjin		Share (%)	μ /c
			Rp	%		
1	Petani					
	Harga jual	27000				
2	Blandang kecil		3000	5,08		
	Harga beli	27000				
	Biaya Transportasi	150			0,52	
	Biaya Tenaga Kerja	25			0,09	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	176,29			0,61	
	Keuntungan	2823,71			9,74	16,02
	Harga Jual	30000				
3	Pedagang Pengumpul		26000	94,92		
	Harga Beli	30000			0,69	
	Biaya Tenaga Kerja	50			0,17	
	Biaya Gudang dan Tempat Penjemuran	1000			3,45	
	Biaya Bambu Penjemuran	333,33			1,15	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	1583,33			5,46	
	Keuntungan	24416,67			84,20	15,41
	Harga Jual	56000				
4	Gudang Pembelian					
	Harga Beli	56000				
	Jumlah		29000	100	100	

Lampiran 14. Nilai Distribusi Margin, *Market Share*, dan Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi di Desa Sumber Jeruk Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017

No	Keterangan	Rp/kg	Distribusi Margin		Share (%)	μ /c
		Rp		%		
1	Petani sekaligus blandang kecil					
	Biaya Transportasi	150			0,56	
	Biaya Tenaga Kerja	25			0,09	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	176,29			0,65	
	Harga jual	28000				
2	Pedagang Pengumpul		27000	100		
	Harga Beli	28000				
	Biaya Transportasi	200			0,74	
	Biaya Tenaga Kerja	50			0,19	
	Biaya Gudang dan Tempat					
	Penjemuran	1000			3,70	
	Biaya Bambu					
	Penjemuran	333,33			1,23	
	Biaya Pengemasan	1,29			0,00	
	Total Biaya	1584,62			5,13	
	Keuntungan	25415,38			94,13	18,36
	Harga Jual	55000				
3	Gudang Pembelian					
	Harga Beli	55000				
	Jumlah		27000	100	99,91	

Lampiran 15. Dokumentasi



Kunjungan ke Kantor Desa Sumber Jeruk



Wawancara Petani Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi



Wawancara Petani Sekaligus Blandang Kecil Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi



Wawancara Blandang Kecil Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi



Wawancara Blandang Besar Tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi



Tembakau kering yang siap diunting



Pengiriman tembakau setengah kering
ke pedagang pengumpul



Peninjauan tembakau *Voor Oogst* (VO)
Kasturi oleh blandang kecil



Penimbangan tembakau oleh pedagang
pengumpul dan buruh

Lampiran 16. Pedoman Wawancara

1. Kuisisioner untuk Petani

I. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Umur : ... tahun
4. Alamat : Dusun
5. Pendidikan terakhir :
6. Pekerjaan utama :
7. Pekerjaan sampingan :
8. Nomor telepon :
9. Nomor responden :

II. Pertanyaan Umum

10. Bagaimana status kepemilikan lahan anda saat ini?
 - a. Sewa : ... ha
 - b. Milik sendiri : ... ha
 - c. Bagi hasil : ... ha
 - d. Lainnya : ... ha

.....
11. Berapa lama anda menjalankan usahatani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

.....
12. Berapa total hasil panen tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dalam satu tahun?

.....
13. Baimana bentuk tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda jual?
 - a. Tembakau untingan
 - b. Tembakau setengah kering
 - c. Tembakau tebasan (tanpa perlakuan)
 - d. Lainnya ...
14. Berapa harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda jual per kilogram?

.....
15. Siapa penentu harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

.....

16. Bagaimana anda mengetahui harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

.....

17. Bagaimana harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi saat ini dibanding tahun sebelumnya?

a. Stabil

b. Tidak stabil

Alasan:

18. Apakah anda menjual seluruh hasil panen tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

.....

III. Pola Jaringan Pemasaran

19. Tabel tujuan penjualan, jumlah penjualan, harga jual, dan penerimaan

No.	Tujuan Penjualan	Jumlah Penjualan (kg)				Harga Jual (Rp/kg)				Penerimaan (Rp/kg)			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Blandang Kecil												
2.	Blandang Besar												
3.	Pedagang Pengumpul												
4.	Gudang Pembelian												

Keterangan: I = Tembakau untingan

II = Tembakau setengah kering

IV = Tembakau tebasan

V = Lainnya ...

- a. Nama blandang kecil :
- b. Nama blandang besar :
- c. Nama pedagang pengumpul :
- d. Nama gudang pembelian :
- e. Lainnya :

IV. Marjin Pemasaran

20. Apakah anda mengeluarkan biaya untuk memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya
- b. Tidak

21. Tabel biaya-biaya pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi

No.	Jenis Biaya	Jumlah Tembakau (kg)	Biaya/satuan (Rp/kg)	Total Biaya (Rp)
1.	Biaya pengemasan			
2.	Biaya tenaga kerja			
3.	Biaya transportasi			
4.	Biaya penyimpanan			
5.	Lainnya ...			

22. Bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan?

- a. Dijual langsung ke konsumen
- b. Dijual langsung ke gudang pembelian
- c. Dijual melalui perantara atau pedagang
- d. Lainnya ...

Alasan:

23. Bagaimana sistem penjualan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda lakukan?

- a. Kiloan
- b. Lainnya ...

24. Berapa jumlah perantara atau pedagang di Desa Sumber Jeruk?

.....

Siapa saja?

25. Apakah terdapat perbedaan harga antar pedagang di Desa Sumber Jeruk?

- a. Ya, perbedaan harga Rp
- b. Tidak

V. Unsur-unsur Modal Sosial

A. Partisipasi dalam Jaringan

26. Apakah ada inisiatif untuk bertukar pikiran terkait pemasaran tembakau tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

27. Apakah ada pertemuan antara petani dan pedagang atau pihak-pihak lain?

- a. Ya, pertemuan dalam bentuk
- b. Tidak

Alasan:

28. Apa pokok bahasan dalam pertemuan tersebut?

.....

29. Apakah anda berpartisipasi dalam pertemuan tersebut?

- a. Ya, bentuk partisipasi yang anda berikan berupa:
 - 1) Kehadiran
 - 2) Saran/pendapat
 - 3) Bagi hasil
 - 4) Lainnya ...
- b. Tidak

Alasan:

B. Resiprositas

30. Apakah para lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi saling membantu dalam jaringan pemasaran?

- a. Ya, bentuk bantuan yang diberi/diterima adalah
- b. Tidak

Alasan:

31. Apakah anda pernah mengalami kesulitan dalam memperoleh modal finansial?
 - a. Ya
 - b. Tidak
32. Bagaimana cara mengatasi kesulitan tersebut?
 - a. Meminjam
 - b. Bekerja sampingan
 - c. Menjual benda
 - d. Lainnya ...
33. Jika meminjam, kepada siapa anda meminjam uang untuk modal finansial tersebut?
 - a. Bank
 - b. Koperasi
 - c. Saudara
 - d. Tetangga
 - e. Blandang kecil/blandang besar/pedagang pengumpul
 - f. Lainnya

C. Kepercayaan

34. Apakah anda memiliki langganan tetap dalam menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
 - a. Ya, langganan tetapnya adalah
 - b. Tidak

Alasan:
35. Mengapa anda menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi kepada pembeli atau perantara tersebut?

.....
36. Mengapa anda melakukan pinjaman modal kepada pihak tersebut?

.....
37. Apakah ada persyaratan atau perjanjian terkait proses peminjaman modal?
 - a. Ya, persyaratannya adalah
 - b. Tidak

38. Apakah pedagang jujur terkait pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

D. Norma

39. Apakah terdapat aturan-aturan tertentu dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

40. Apakah terdapat kesepakatan antara penjual dan pembeli atau perantara dalam menjalankan aturan tersebut?

- a. Ya
- b. Tidak

41. Bagaimana bentuk pembayaran dalam transaksi tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

.....

E. Nilai

42. Apakah ada kompetisi antar petani dalam memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya, kompetisi berupa
- b. Tidak

43. Apakah ada proses tawar-menawar dalam transaksi tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya
- b. Tidak

44. Apakah terdapat keterbukaan informasi dari perantara atau pedagang terkait pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya, informasi mengenai
- b. Tidak

45. Apakah anda melunasi pinjaman modal finansial dengan tepat waktu dan sesuai nilai yang dipinjam?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

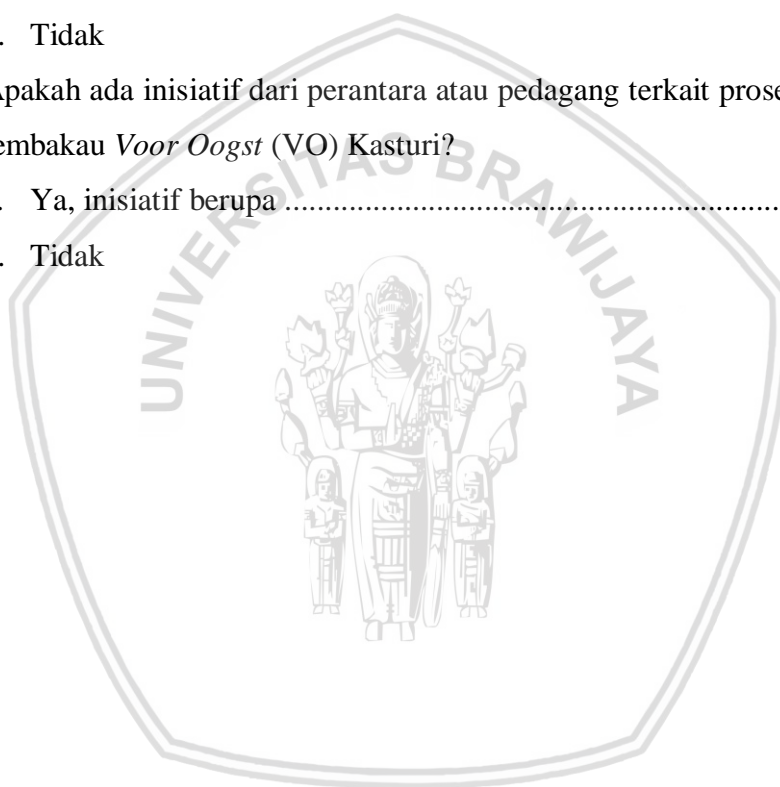
F. Tindakan Proaktif

46. Apakah ada inisiatif dari anda atau petani lain terkait proses pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya, inisiatif berupa
- b. Tidak

47. Apakah ada inisiatif dari perantara atau pedagang terkait proses pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya, inisiatif berupa
- b. Tidak



2. Kuisisioner untuk Pedagang

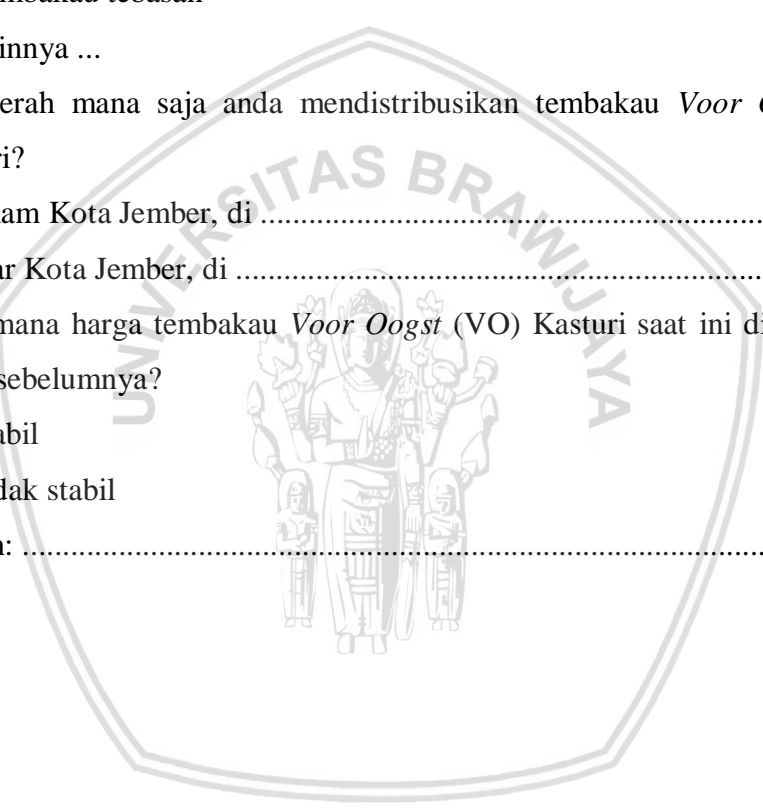
I. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur : ... tahun
4. Alamat : Dusun
5. Pendidikan terakhir :
6. Pekerjaan utama :
7. Pekerjaan sampingan :
8. Nomor telepon :
9. Nomor responden :

II. Pertanyaan Umum

10. Berapa lama anda memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
.....
11. Dari mana anda membeli tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
.....
12. Apa bentuk tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda beli?
 - a. Tembakau untingan
 - b. Tembakau setengah kering
 - c. Tembakau tebasan
 - d. Lainnya ...
13. Berapa jumlah tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi tersebut?
.....
14. Siapa penentu harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
.....
15. Bagaimana anda mengetahui harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
.....

16. Berapa harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
- a. Harga jual
 - b. Harga beli
17. Siapa yang membeli tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi dari anda?
-
18. Apa bentuk tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda jual?
- a. Tembakau untingan
 - b. Tembakau setengah kering
 - c. Tembakau tebasan
 - d. Lainnya ...
19. Ke daerah mana saja anda mendistribusikan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?
- c. Dalam Kota Jember, di
 - d. Luar Kota Jember, di
20. Bagaimana harga tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi saat ini dibandingkan tahun sebelumnya?
- a. Stabil
 - b. Tidak stabil
- Alasan:



III. Pola Jaringan Pemasaran

21. Tabel asal pembelian, jumlah pembelian, harga beli, biaya total

No.	Asal Pembelian	Jumlah Pembelian (kg)				Harga Beli (Rp/kg)				Harga Jual (Rp/kg)			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Petani												
2.	Blandang Kecil												
3.	Blandang Besar												
4.	Pedagang Pengumpul												

Keterangan: I = Tembakau untingan

II = Tembakau setengah kering

IV = Tembakau tebasan

V = Lainnya ...

f. Nama Petani :

g. Nama blandang kecil :

h. Nama blandang besar :

i. Nama pedagang pengumpul :

j. Lainnya ... :

22. Tabel tujuan penjualan, jumlah penjualan, dan penerimaan

No.	Tujuan Penjualan	Jumlah Penjualan (kg)				Harga Jual (Rp/kg)				Penerimaan (Rp/kg)			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Blandang Kecil												
2.	Blandang Besar												
3.	Pedagang Pengumpul												
4.	Gudang pembelian												

Keterangan: I = Tembakau untingan
 II = Tembakau setengah kering
 IV = Tembakau tebasan
 V = Lainnya ...

- a. Nama blandang kecil :
 b. Nama blandang besar :
 c. Nama pedagang pengumpul :
 d. Nama gudang pembelian :
 e. Lainnya ... :

IV. Marjin Pemasaran

23. Apakah anda mengeluarkan biaya untuk memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- c. Ya
 d. Tidak

24. Tabel biaya-biaya pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi

No.	Jenis Biaya	Jumlah Tembakau (kg)	Biaya/satuan (Rp/kg)	Total Biaya (Rp)
1.	Biaya pengemasan			
2.	Biaya tenaga kerja			
3.	Biaya transportasi			
4.	Biaya penyimpanan			
5.	Lainnya ...			

25. Bagaimana sistem penjualan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda lakukan?

- a. Kiloan
- b. Lainnya ...

26. Berapa jumlah perantara atau pedagang di Desa Sumber Jeruk?

.....

Siapa saja?

27. Apakah terdapat perbedaan harga untuk setiap kualitas?

- c. Ya
- d. Tidak

Alasan:

28. Apakah terdapat perbedaan harga antara pedagang atau antara petani di Desa Sumber Jeruk?

- a. Ya, perbedaan harga Rp
- b. Tidak

29. Apakah tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi yang anda beli langsung dijual?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

V. Unsur-unsur Modal Sosial

G. Partisipasi dalam Jaringan

30. Apakah ada inisiatif untuk bertukar pikiran terkait pemasaran tembakau?

- c. Ya
- d. Tidak

Alasan:

31. Apakah ada pertemuan antara petani dan pedagang atau pihak-pihak lain?

- c. Ya, pertemuan dalam bentuk
- d. Tidak

Alasan:

32. Apa pokok bahasan dalam pertemuan tersebut?

.....

33. Apakah anda berpartisipasi dalam pertemuan tersebut?

c. Ya, bentuk partisipasi yang anda berikan berupa:

- 5) Kehadiran
- 6) Saran/pendapat
- 7) Bagi hasil
- 8) Lainnya ...

d. Tidak

Alasan:

H. Resiprositas

34. Apakah para lembaga pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi saling membantu dalam jaringan pemasaran?

- c. Ya, bentuk bantuan yang diberi/diterima adalah
- d. Tidak

Alasan:

35. Apakah anda pernah mengalami kesulitan dalam memperoleh modal finansial?

- c. Ya
- d. Tidak

36. Bagaimana cara mengatasi kesulitan tersebut?
- e. Meminjam
 - f. Bekerja sampingan
 - g. Menjual benda
 - h. Lainnya ...

37. Jika meminjam, kepada siapa anda meminjam uang untuk modal finansial tersebut?

- g. Bank
- h. Koperasi
- i. Saudara
- j. Tetangga
- k. Petani/Blandang kecil/blandang besar/pedagang pengumpul
- l. Lainnya

38. Apakah ada kerjasama yang dilakukan dengan petani tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- a. Ya, kerjasama dalam bentuk
- b. Tidak

I. Kepercayaan

39. Apakah anda memiliki langganan tetap dalam membeli tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- c. Ya, langganan tetapnya adalah
- d. Tidak

Alasan:

40. Mengapa anda membeli tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi kepada petani atau penjual tersebut?

.....

41. Apakah anda memiliki langganan tetap dalam menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- e. Ya, langganan tetapnya adalah
- f. Tidak

Alasan:

42. Mengapa anda menjual tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi kepada petani atau penjual tersebut?

.....

43. Mengapa anda melakukan pinjaman modal kepada pihak tersebut?

.....

44. Apakah ada persyaratan atau perjanjian terkait proses peminjaman modal?

c. Ya, persyaratannya adalah

d. Tidak

45. Apakah petani atau pedagang jujur terkait pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

a. Ya

b. Tidak

Alasan:

J. Norma

46. Apakah terdapat aturan-aturan tertentu dalam pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

c. Ya

d. Tidak

Alasan:

47. Apakah terdapat kesepakatan antara penjual dan pembeli atau perantara dalam menjalankan aturan tersebut?

c. Ya

d. Tidak

48. Bagaimana bentuk pembayaran dalam transaksi tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

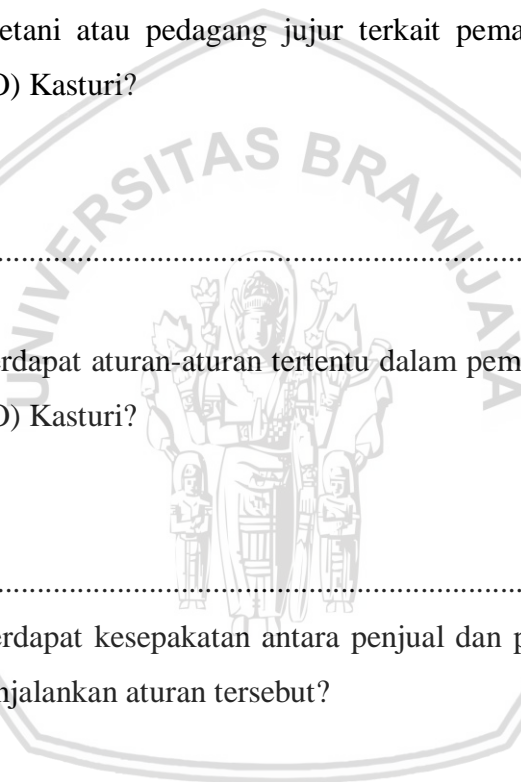
.....

K. Nilai

49. Apakah ada kompetisi antar pedagang dalam memasarkan tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

c. Ya, kompetisi berupa

d. Tidak



50. Apakah ada proses tawar-menawar dalam transaksi tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- c. Ya
- d. Tidak

51. Apakah terdapat keterbukaan informasi dari pedagang lain terkait pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- c. Ya, informasi mengenai
- d. Tidak

52. Apakah anda melunasi pinjaman modal finansial dengan tepat waktu dan sesuai nilai yang dipinjam?

- c. Ya
- d. Tidak

Alasan:

53. Jika anda meminjamkan modal finansial kepada petani, apakah petani tersebut bertanggung jawab atas hutangnya?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

L. Tindakan Proaktif

54. Apakah ada inisiatif dari petani terkait proses pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- c. Ya, inisiatif berupa
- d. Tidak

55. Apakah ada inisiatif dari anda atau pedagang lain terkait proses pemasaran tembakau *Voor Oogst* (VO) Kasturi?

- c. Ya, inisiatif berupa
- d. Tidak

